

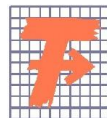
TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2012

KRISTÝNA HELEŠICOVÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil
Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**HODNOCENÍ UŽIVATELSKÝCH VLASTNOSTÍ
MATERIÁLŮ URČENÝCH PRO VÝROBU
BYTOVÉHO TEXTILU**

**USER EVALUATION OF PROPERTIES OF
MATERIALS USED FOR THE PRODUCTION
OF HOME TEXTILES**

Kristýna Helešicová

KHT- 853

Vedoucí bakalářské práce: ing. Jitka Nováková

Rozsah práce:

Počet stran textu... 34

Počet obrázků 6

Počet tabulek 8

Počet grafů..... 27

Počet stran příloh . 8

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Fakulta textilní

Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Kristýna Helešicová**
Osobní číslo: **T09000396**
Studijní program: **B3107 Textil**
Studijní obor: **Textilní marketing**
Název tématu: **Hodnocení uživatelských vlastností materiálů určených pro výrobu bytového textilu**
Zadávací katedra: **Katedra hodnocení textilií**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Popište sortiment výrobků firmy Petrykstyl Postoloprty, zaměřte se na sekci ložního prádla. Popište postavení firmy na trhu, zhodnoťte konkurenci firmy a popište stávající reklamu firmy.
2. Navrhněte experiment, který umožní kvalitativně srovnat výrobky firmy s konkurencí. Vyberte ze sortimentu na trhu srovnatelné výrobky a na nich navržený experiment proveďte.
3. Vyhodnoťte výsledky experimentu, vytvořte kvalitativní pořadí zkoumaných vzorků, dejte do souvislosti s cenou výrobku. Navrhněte možné zlepšení v oblasti reklamy firmy Petrykstyl.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- 1. SVĚTLÍK, Jaroslav. Marketing : cesta k trhu. Plzeň : Aleš Čeněk, 2005. 340 s. ISBN 80-86898-48-2.**
- 2. HLAVENKA, Jiří. Internetový marketing. Computer Press, 2001. 157 s. ISBN 80-7226-498-2.**
- 3. PAŘILOVÁ, Hana. Textilní zbožížnalství : Bytové textilie. vydání 2. Liberec : Technická univerzita v Liberci, duben 2005. 101 s. ISBN 80-7083-921-X.**

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jitka Nováková


Katedra textilních materiálů

Datum zadání bakalářské práce: **31. října 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **9. května 2012**


prof. RNDr. Aleš Linka, CSc.
děkan




Ing. Vladimír Bajzík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Liberci dne 1. listopadu 2011

PROHLÁŠENÍ

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Datum: 2. května 2012

.....

Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych ráda poděkovala za spolupráci a odborné konzultace paní Ing. Jitce Novákové, za její připomínky a názory. Také bych chtěla poděkovat panu Ing. Demčukovi z firmy Petrykstyl s. r. o. za spolupráci a poskytnutí vzorků. Dále paní Kopecké a katedře KTT na Technické univerzitě v Liberci za odbornou pomoc při experimentech. Naposledy bych chtěla poděkovat své rodině za trpělivost a především podporu.

ANOTACE

Tato práce se zabývá výrobou a prodejem výrobků firmy Petrykstyl s. r. o., která je zaměřena na výrobu bytového textilu, především ložního prádla.

V první části je popsána firma Petrykstyl s. r. o. a její postavení na trhu. To zahrnuje popsání konkurence a distribuční cesty prodeje výrobků firmy, výroby těchto produktů a popsání sortimentu výrobků.

Experimentální část je rozdělena na dvě části, v první z nich je proveden experiment (pevnost v tahu, odolnost proti oděru, odolnost proti tvorbě žmolků, sráživost po praní) na vybraných vzorcích a zhodnocení jejich kvality s přihlédnutím k jejich ceně. V druhé části byl uskutečněn marketingový výzkum, jehož cílem bylo zlepšení propagace firmy, především internetové reklamy.

KLÍČOVÁ SLOVA:

Firma Petrykstyl s. r. o.

Ložní prádlo

Internetová reklama

Pevnost v tahu

Odolnost proti oděru

Odolnosti proti tvorbě žmolků

Sráživost po praní

ANNOTATION

The work deals with the production and sale of products Petrykstyl Company Ltd., which focuses on the production of home textiles, especially bed linen.

The first part describes the company Petrykstyl Ltd. and its market position. This includes describing the competition and distribution channels of selling company products, the production and presentation of product range.

The experimental part is divided into two parts. In the first part the experiment is done (tensile strength, resistance to abrasion, resistance to striations and shrinkage after washing) on selected samples and evaluated their quality with regard to price. In the second part marketing research was done. Marketing research is aimed to improve the internet advertising of company.

KEY WORDS:

Petrykstyl Company Ltd.

Bed linen

Internet advertising

Tensile strength

Resistance to abrasion

Resistance to striations

Shrinkage after washing

Obsah

1	Úvod	9
2	Firma Petrykstyl s. r. o.	10
2.1	Strojní vybavení.....	11
2.2	Objem výroby	11
2.3	Dodavatelé.....	11
2.4	Prodejní cesty	12
2.4.1	E- bussiness	13
2.4.2	Odběratelé	14
2.5	Sortiment výrobků	15
2.5.1	Přikrývky.....	15
2.5.2	Polštáře.....	17
2.5.3	Ložní prádlo	18
2.5.4	Chrániče matrace	19
2.5.1	Přehoz na postel.....	19
2.5.1	Osuška, ručníky	19
2.5.2	Froté župan.....	19
2.5.3	Matrace.....	20
2.5.4	Ostatní nabízené zboží	20
2.6	Reklama.....	20
2.6.1	E- mailový marketing	21
2.6.2	Bannerová reklama	21
2.7	Postavení firmy na trhu	21
2.7.1	SWOT analýza.....	22
2.7.2	Konkurence	23
3	Experimentální část.....	27
3.1	Vzorky ložního prádla.....	27
3.2	Pevnost v tahu.....	31
3.3	Odolnost proti oděru	32
3.4	Odolnost proti tvorbě žmolků.....	34
3.5	Sráživost po praní	35
3.6	Výsledky experimentu	36
3.7	Marketingový výzkum	38
3.7.1	Shrnutí marketingového výzkumu.....	46
4	Závěr.....	48
5	Citace.....	50
6	Přílohy	54

1 ÚVOD

Tématem bakalářské práce je testování kvality ložního prádla, jelikož ložní prádlo je nedílnou součástí našich domovů v rámci bytového textilu. Správný výběr ložního prádla nejen zkvalitní spánek, ale také dodává správný ráz, dojem, pocit či útulnost domu nebo bytu.

Při tvorbě bakalářské práce byla navázána spolupráce s firmou Petrykstyl s. r. o. sídlící v Postoloprtech (Ústecký kraj). Tato firma se zaměřuje na výrobu a prodej bytového textilu, především prošívaných přikrývek, polštářů, ložního prádla. Firma Petrykstyl s. r. o. dodala vzorky pro experiment a na přání této firmy bude v experimentální části navrženo možné zlepšení její reklamy.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, rešeršní a experimentální. Rešeršní část se zabývá firmou Petrykstyl s. r. o. V této části je popsána její historie, současný stav, její dodavatele, odběratele, reklamu a sortiment výrobků. Cílem rešeršní části je zjistit, kteří čeští výrobci ložního prádla jsou největšími konkurenty firmy Petrykstyl s. r. o., a jaké postavení vůči těmto konkurentům firma zaujímá.

Experimentální část je také dále rozdělena na dvě podkapitoly. V první části je navrhnout experiment, který by měl umožnit kvalitativně srovnat výrobky firmy Petrykstyl s. r. o. s konkurencí (internetové obchody), pomocí kterých by mělo být určeno, jaký prodejce nabízí nejlevnější ložní prádlo, s přihlédnutím k výši jeho ceny. Veškeré zkušební vzorky budou srovnány se vzorky poskytnutými firmou Petrykstyl s. r. o., čímž by mělo být vymezeno postavení firmy na trhu.

Dále na přání firmy bude proveden marketingový výzkum formou dotazníku. Cílem marketingového výzkumu by mělo být zlepšení propagace firmy Petrykstyl s. r. o., která se snaží zlepšit svojí internetovou reklamu.

2 FIRMA PETRYKSTYL S. R. O.

Firma Petrykstyl s. r. o. je firma, která se specializuje na výrobu a prodej bytového textilu, a to především ložního prádla. Firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí prošíváné přikrývky a polštáře, ložní povlečení, prostěradla, chrániče matrací, ručníky a župany.

Tato firma byla založena panem Ing. Oleksandrem Demčukem dne 20. července roku 1999 se sídlem v Praze a výrobnou v Postoloprtech. V nynější době se podle Živnostenského listu sídlo i provozovna firmy nachází v Postoloprtech (Ústecký kraj).

Pan ing. Demčuk založil tuto firmu za účelem výroby pletených výrobků, protože v roce 1999 bylo v České republice velmi málo firem, které by se zabývaly tímto typem výroby. V té době firma vyráběla oděvní pletařské výrobky, například svetry, pletené šaty, rukavice, čepice a podobně. Období mezi roky 2004 až 2008 byly pro firmu Petrykstyl s. r. o. nejlepším obdobím, kdy měla největší odbyt zboží a zaměstnávala přibližně 40 zaměstnanců (dle množství práce). Což potvrzuje i fakt, že firma pořádala módní přehlídky, kde její zboží reprezentovaly známé české modelky.

Když v roce 2008 nastala světová ekonomická krize, byla firma Petrykstyl s. r. o. nucena přeorganizovat svojí výrobu. V praxi to znamenalo, že firma musela propustit většinu svých zaměstnanců a změnit zaměření výroby. V dnešní době firma Petrykstyl s. r. o. zaměstnává 4 až 8 zaměstnanců (případně až 10), a to tak, že několik zaměstnanců je najímáno pouze při vyšším počtu zakázek. Jak již bylo řečeno, firma změnila i svojí výrobu a přeorientovala se na výrobu bytového textilu, především šití prošíváných přikrývek, polštářů a ložního prádla.

S počtem 4- 8 zaměstnanců spadá firma Petrykstyl s. r. o. mezi tak zvané drobné podniky. Za drobný podnik (či podnikatele) se považuje podnik, který zaměstnává méně než 10 zaměstnanců a jeho aktiva, uvedená v rozvaze nepřesahují 180 mil. Kč. Nebo jeho čistý obrat za poslední uzavřené účetní období nepřesahuje 250 mil. Kč. Dalšími podmínkami jsou, že takovýto podnik musí být nezávislý, má relativně omezenou členitost produkce a technologií, kapitál je vlastněn jedním podnikatelem (případně několika vlastníky) a přitom jde o relativně omezené kapitálové zdroje, převažuje zaměření na lokální trhy, jedná se o jednoduchý systém řízení, firma je ve srovnání s největšími konkurenty v oboru malá. [7]

2.1 Strojní vybavení

Nejvíce využívaným strojem této firmy je šicí stroj Mammut CNC 503. Podle vlastních slov ing. Demčuka, kvůli tomuto stroji přežila firma Petrykstyl s. r. o. Světovou ekonomickou krizi. Firma tento stroj využívá především při prošívání přikrývek či polštářů. Je to poloautomatický stroj, u kterého lze nastavit rozměr prošívaného výrobku a vzor, který má být vyšíván. Tento stroj šije deseti dvojehlami, které jsou uloženy v jednotlivých pohyblivých lůžkách, čímž lze vytvořit mnoho různých vzorů prošití. [1]

Firma Petrykstyl s. r. o. dále používá šicí stroje značky Textima. Tyto stroje používá pro šití švů textilních výrobků, na výrobu pracovních oděvů a etiket používá šicí stroje Jukima.

V říjnu 2011 zakoupila firma nové transportní auto Ford transit (3,5 tuny), které podle ing. Demčuka zlepšila odbyt jejich výrobků.

2.2 Objem výroby

Objem výroby této firmy lze rozdělit na prošívané výrobky a výrobky bez proševu. U výrobků bez proševu, jak je již zřejmé, je objem výroby několikrát větší než u prošívaných výrobků. Firma je schopna vyrobit až 5 000 neprošívaných přikrývek a polštářů za měsíc. Tyto přikrývky a polštáře dodává do obchodního řetězce Tesco.

Firma Petrykstyl s. r. o. vyrobí průměrně 500 sad prošívaných přikrývek a polštářů, 500 dětských sad a 1000 kusů ložních souprav za měsíc. Podle ing. Demčuka se tohoto vysokého objemu výroby dosahuje používáním šicího stroje Mammut CNC 503, který podle jeho slov také zvýšil kvalitu výrobků firmy.

2.3 Dodavatelé

Dodavateli této firmy jsou především zahraniční velkoprodávci, a to zejména z Litvy a Ruska. Materiál (satén) na výrobu přikrývek a ložního prádla pochází z Indie a Pákistánu, ale firma ho nakupuje přes velkoprodávce v Litvě a Rusku, jak již bylo řečeno. Hlavním důvodem je nižší cena (2,62 eura za běžný metr) tohoto zboží, oproti cenám v České republice. Nitě a zdrhovadla nakupuje v Polsku, kde je opět lze koupit až o 60 % levněji než v České republice.

Dodavatelem je firma Klímová, Fibertex Svitavy a. s. (rouna a netkané textilie), Polimex (galanterie-nitě, zdrhovadla), Etko s. r. o. (textilní tkané etikety a visačky).

Polimex

Polimex je polský textilní velkoobchod nabízející tkaniny, textil, krejčovské potřeby a úplet. Ve své nabídce nabízí více než 40 000 druhů zboží jako jsou tkaniny, textil, krejčovské potřeby, úplet, nitě, zipy, figuríny, stuhy, podšívky, gumy, jehly, příze, úplety, ramínka, vlizelín a jiné.

V současnosti dále nabízí produkty typu satén, fleece, mikrovlákno, podšívky, denim, zateplovací vložky či netkané textilie, zejména pak vlizelín. [17]

Etka s. r. o.

Firma ETKA s.r.o. se zabývá výrobou textilních etiket a visaček. Firma ETKA s.r.o. působí na našem trhu již od roku 1991. Nabídka etiket je orientována pro všechny textilní výrobce, samostatné švadleny i velké výrobní závody.

Vyrábí textilní a papírové etikety. Textilní etikety jsou buď tkané (až šestibarevné) nebo potištěné (potištěné přenosovým tiskem nebo sublimací). Papírové samolepicí etikety různých rozměrů jsou vhodné k přelepování obalů výrobků a podobně. Dále nabízejí tzv. splintovací kleště, které slouží k upevňování visaček na výrobky. [18]

2.4 Prodejní cesty

Zboží se dostává ke kupujícímu prostřednictvím tzv. prodejních cest (distribučních kanálů). Prodejní cesta je určovaná počtem prostředníků a zprostředkovatelských článků, jejichž prostřednictvím přechází zboží od výrobce ke kupujícímu. Prodejní cesta funguje jako systém, umožňuje plynulý fyzický tok zboží, jeho vlastnických práv, informací, stimulování prodeje a plateb zboží.

Prodejní cesty, kterými se dostává zboží od výrobce ke kupujícímu, mohou být přímé nebo nepřímé. Nejvíce používanými distribučními cestami jsou:

- Výrobce- Zákazník
- Výrobce- Maloobchod- Zákazník
- Výrobce- Velkoobchod- Zákazník
- Výrobce- Velkoobchod- Maloobchod- Zákazník

Rozhodnutí, která cesta by měla být zvolena, aby byl cílový trh dosažen nejefektivněji, je důležitou součástí plánování podniku. Při využívání prodejních cest se výrobci vzdávají možnosti řízení a přímé kontroly prodeje svých výrobků. [8]

Firma Petrykstyl s. r. o. prodává své zboží přes prodejní cestu Výrobce-Maloobchod- Zákazník. Maloobchod se zabývá činností spojenou s prodejem zboží a poskytováním služeb konečnému spotřebiteli pro jeho osobní potřebu. Maloobchodním prodejem se zabývají kromě maloobchodu i výrobci (podnikové prodejny), v některých případech i velkoobchodní organizace. [3] [8]

Maloobchod můžeme charakterizovat jako oblast neustálých změn. Stále se přizpůsobuje měnícím se potřebám a přání zákazníků. Zároveň se jedná o silně konkurenční prostředí. Změny, ke kterým na trhu dochází a vstupy nové konkurence do maloobchodního prodeje jsou obtížné. Maloobchod proto musí pružně reagovat na všechny změny, ke kterým na trhu dochází. [8]

Firma Petrykstyl s. r. o. prodává své zboží zákazníkům přes různé maloobchodní prodejce, supermarkety (velká, samoobslužná prodejna s prodejní plochou do 1 800 m² prodávající převážně potraviny a potřeby pro domácnost) a především přes vlastní prodejnu, kterou je internetový obchod, který má webovou adresu: www.bytovytextil-shop.cz. Tento druh obchodu se označuje jako tzv. e- business. [3] [8]

2.4.1 E- bussiness

Existují dva základní typy webových stránek, první typ je web zaměřený na propagaci výrobků, služeb či samotné firmy. Druhým typem je tzv. internetový obchod, který by měl nahrazovat kamenný obchod, proto má maximálně zjednodušený výběrací i nákupní proces. Zboží se ukládá do virtuálního košíku, který si kdykoliv můžeme prohlédnout či vyprázdnit.

Provozování i propagování obchodu, aby se dostal do podvědomí zákazníků, je velmi drahé, ale přesto je důležité. Stejně jako v kamenném obchodě, se musí internetový obchod stále připomínat zákazníkovi (intenzivní reklama), používat jasné a argumentační slogany, vyzdvihovat značku obchodu, vysvětlovat výhodu- proč nakoupit v tomto internetovém obchodě. Dále je nutné oslovit jednotlivé cílové skupiny a zaměřit se na to, co si přejí (například různé novinky, slevy a podobně). [9]

Internetový obchod lze nalézt na stránce: <http://www.bytovytextil-shop.cz/>. Tento internetový obchod spravuje sám pan Ing. Demčuk. Je rozdělen na 20 hlavních sekcí podle prodávaneho zboží (například Prošívané deky), které jsou dále podrobněji rozdělné podle druhu zboží či velikostí (například sekce Ložní soupravy je dále rozdělena podle použitého materiálu a rozměrů ložního prádla). U každého výrobku je uveden popis (z čeho je

vyroben, jaké je velikosti a podobně), jaká je jeho cena, doporučená teplota praní a foto výrobku.

Dále je zde uvedeno 6 dalších sekcí, ve kterých si zákazník může zjistit určité informace o firmě Petrykstyl s. r. o., například čím se firma zabývá, jaké používá strojní vybavení, jaké jsou dodací podmínky a podobně.

Na úvodní stránce je uvedeno nové a nejprodávanější zboží, které bývá i ve slevě (slevy se pohybují od 10% do 50%). Také je zde uveden ukazatel návštěvnosti od firmy TopList, který ukazuje, kolik zákazníků navštívilo celkem tyto stránky, kolik jich bylo za týden, den a kolik jich je online. Dále je zde uveden kontakt na pana Ing. Demčuka a anketa (Jak jste se dozvěděli o firmě Petrykstyl s. r. o.?).

Internetový obchod firmy Petrykstyl s. r. o. nevyžaduje po zákaznících, aby se registrovali, stačí pouze, aby zadali svojí adresu a e-mail pro potvrzení objednávky. Objednávka je závazná a pro zrušení objednávky musí zákazník kontaktovat internetový obchod, dodací lhůta je uvedena 1- 5 dnů od potvrzení objednávky, zboží je možné zaplatit předem převodem na účet či v hotovosti při dodání objednávky. Zboží je také možno vyzvednout přímo ve firmě Petrykstyl s. r. o.. [3]

2.4.2 Odběratelé

Jak již bylo řečeno, firma Petrykstyl s. r. o. prodává své zboží i přes jiné maloobchodníky, kterými jsou ve většině případů prodejci, kteří také nabízejí své zboží přes internetový obchod (například www.primapovlečení.cz). K největším toku peněz firmy dochází právě přes tyto pravidelné odběratele, kteří poskytují firmě neustálé pracovní příležitosti, a tím pádem tržby. Jejimi pravidelnými maloobchodními odběrateli jsou například firma Tibex s. r. o., Tanatex či Ariatex, avšak největšími z nich je firma Koh-i-noor Waldes a. s..

Koh-i-noor Waldes a. s.

Koh-i-noor Waldes a. s. se zabývá velkoobchodním i maloobchodním prodejem textilní galanterie, bytového textilu, kojeneckého zboží, dek, polštářů, ručníků a osušek.

Činnost velkoobchodu s textilní galantií a bytovým textilem pod KOH-I-NOOR WALDES, a.s. byla zahájena v červenci 2004, kdy pod společnost přešla regionální pražská pobočka bývalého velkoobchodu IMPRO. Po tomto roce nastal velký rozvoj této firmy, speciálně přestěhování do areálu KOH-I-NOOR a.s. v Praze – Vršovicích.

Okruhem jejich zákazníků jsou maloobchodní prodejny s textilní galanterií a bytovým textilem, maloobchodní prodejny s dětským a kojeneckým textilem, výrobci a šicí dílny, hotely, penziony, restaurace, školy, sociální zařízení, státní instituce. Dodává vybavení textilem pro kuchyně, ložnice, salony, jídelny v celé šíři sortimentu od ložní soupravy po matrace, od záclony po ubrus.

Nabízené zboží je vyrobeno českými výrobci textilní galanterie a bytového textilu a od prověřených výrobců ze zahraničí jako např. Polska, Německa, Portugalska, Turecka a podobně. [19]

2.5 Sortiment výrobků

V nadcházející kapitole budou podrobně popsány výrobky, které firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí či nabízí ve svém internetovém obchodu. Tyto výrobky jsou uvedeny v pořadí podle důležitosti pro firmu a objemu výroby (nejdříve jsou uvedeny výrobky s největším objemem výroby).

Firma Petrykstyl s. r. o. je především zaměřena na výrobu prošíváných výrobků ze 100 % bavlněného saténu, jedná se tedy převážně o prošívané přikrývky a polštáře, ložní prádlo, prošívané přehozy na postel a chrániče matrací.

2.5.1 Přikrývky

Přikrývka je výrobek s tepelně - izolačními vlastnostmi, určený na přikrývání. Používají se přikrývky plněné peřím nebo prošívané přikrývky. Náplní prošíváných přikrývek mohou být nejrůznější vlákna, nejčastěji se používají polyesterová vlákna, především dutá polyesterová vlákna s větší termoizolační schopností. Ale není výjimkou použití vláken vlněných, bavlněných nebo i druhotných. [2]

2.5.1.1 Prošívané přikrývky

Firma Petrykstyl s. r. o. je zaměřena na výrobu prošíváných přikrývek s vnějším materiálem z mikrovláken (100% polyesteru), z bavlněného saténu či z polyesterového broušeného mikrovláken se speciální úpravou aloe vera (typ tzv. face- change materiálu, což je úprava chemického vlákna, které obsahuje molekuly parafínu, v nichž je aplikován parfém na bázi přírodních výtažků rostliny aloe vera. Výplň těchto prošíváných přikrývek je rouno zhotovené z dutých tvarovaných polyesterových vláken o průměrné plošné hmotnosti 350 g.m^{-2} . [3]

Dutá vlákna mají větší izolační schopnost, rouno vyrobené z těchto vláken má větší pružnost a objemnost než rouno z jiných vláken, které se používají k výrobě prošíváných přikrývek (vlněná, bavlněná nebo druhotná vlákna). Prošíváná přikrývka vyrobená z dutých vláken je minimálně dvakrát lehčí než klasická péřová přikrývka, přitom tepelná izolace je ekvivalentní či lepší. [2]

Na českém trhu lze najít různé rozměry přikrývek, což je dáno státní normou ČSN EN 14- Rozměry přikrývek, kde jsou rozměry pouze doporučovány. V České republice jsou nejčastěji prodávány přikrývky s rozměry 135- 140 cm x 200 cm nebo tzv. prodloužené, které mají rozměr 135- 140 cm x 220 cm. V posledních letech je čím dále více v České republice oblíbené tzv. francouzské ložní prádlo. Francouzské lůžkoviny se skládají ze dvou menších polštářů a jedné přikrývky pro dvě osoby (rozměr ložního prádla je 200- 220 cm x 220- 240 cm). Při koupi ložního prádla je potřeba věnovat pozornost rozměrům dané přikrývky. [2]

Firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí prošívané přikrývky o rozměrech 140 cm x 200 cm, 140 cm x 220 cm a francouzské přikrývky o rozměrech 200 cm x 220 cm, 220 cm x 220 cm a 220 cm x 240 cm. Dále také vyrábí dětské prošívané přikrývky, které mají rozměry 90 cm x 135 cm. [3]

Na mykacím stroji se z dutých vláken vyrobí rouno, které poté firma prošije zároveň s vrchním a spodním tkaným materiálem. Spodní textilie se upne do speciálního rámu, na tuto tkaninu se položí rouno a vrchní textilie. Všechny vrstvy se prošívají v nejrůznějších vzorech, které dovolují speciálně se pohybující šicí jehly prošívacího stroje Mammot CNC 503. [2] [3]

Firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí i speciální přikrývku zvanou „termo“, která má díky své konstrukci obzvlášť dobré izolační vlastnosti. Jsou to dvě přikrývky spojené, například stuhovým uzávěrem, jen v okrajích, kde další izolační vrstvu tvoří vzduchový polštář mezi těmito přikrývkami. Používají se dvě tenčí přikrývky, přičemž jedna přikrývka má větší hmotnost než druhá, což je praktické při střídání ročních období. Firma Petrykstyl s. r. o. nabízí dvě varianty těchto přikrývek vyrobené z bavlněného saténu či mikrovlákna, přičemž jedna přikrývka má hmotnost 850 g/přikrývka a druhá pouze 650 g/přikrývka. [2] [3]

2.5.2 Polštáře

Polštáře lze vzhledem k účelu použití rozdělit na podhlavníkové, sedací a dekorační. Jak již napovídá jejich název, podhlavníkové polštáře jsou určeny ke spaní. Sedací polštáře jsou známy jako tzv. sedáky nebo podsedáky a mají úlohu pokrýt celou plochu sedacího zařízení, nebo se kladou přímo na podlahu a používají se na sezení. Dekorační polštáře slouží ke zkrášlení interiéru.

2.5.2.1 Podhlavníkové polštáře

Podhlavníkové polštáře se kompletují s příkrývkami a jsou tedy většinou plněny obdobnými materiály jako prošíváné příkrývky. Nejoblíbenější náplň je peří, ale čím dále více se používají podhlavníkové polštáře, které jsou plněny polyesterovými dutými vlákny, nebo dutými vlákny, které jsou zaplštěny do kuliček. Váha takového polštáře nepřesahuje 0,5 kg, což je výhodou oproti péřovému polštáři, který může vážit 1–1,5 kg.

Klasický polštář je ve tvaru obdélníku o rozměrech 70 x 90 cm, ale vyrábí se i v jiných tvarech nebo rozměrech. [2]

Firma Petrykstyl s. r. o. nabízí prošíváné či neprošíváné podhlavníkové polštáře. Prošíváné polštáře se vyrábějí stejnou technologií jako prošíváné příkrývky. Vrchní materiál je vyrobený z bavlněného saténu či z mikrovlákn. Jako náplň se používá polyesterové duté vlákno zaplštěné do tvaru kuliček. Tuto náplň lze velmi jednoduše vyměnit nebo upravit její množství, což je výhodou těchto typů polštářů. Náplň je též možné zakoupit v internetovém obchodě této firmy.

Polštáře nabízí v různých velikostech, např. 70 x 90 cm, 50 x 70 cm, 45 x 90 cm, v dětské velikosti 40 x 60 cm.

2.5.2.2 Sedací polštáře

Dalším typem polštářů, které firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí, jsou sedací polštáře na zahradní nábytek. Tento typ polštářů by měl pokrýt celou plochu sedacího zařízení, což znamená, že jejich velikost je tomuto požadavku přizpůsobena. Vrchní materiál sedacích polštářů je vyroben ze 100% bavlny a je plněn drceným molitanem (100% polyuretan). Sedací polštáře jsou nabízeny v sadě po 4 kusech. [2] [3]

2.5.2.3 Dekorační polštáře

Dekorační polštáře se používají na zkrášlení interiéru, proto se na jejich výrobu používají především kvalitní materiály. Povlaky dekoračních polštářů nabízené firmou

Petrykstyl s. r. o. jsou vyrobeny ze 100% bavlněného saténu a náplň opět tvoří polyesterové tvarované duté vlákno. Dekorační polštář je zapínán na zdrhovadlo a lze ho prát v automatické pračce při 60 °C. [2] [3]

2.5.3 Ložní prádlo

Pojem ložní prádlo se obecně používá pro povlečení a prostěradla, dříve se tyto výrobky také označovaly názvem „bílý zboží“, jelikož se převážně vyráběly v bílé barvě z přírodního materiálu. Dnes se ložní prádlo vyrábí z přírodních i chemických vláken, různě pestře tkané či potištěné.

Při výběru ložního prádla jsou důležité některé užité vlastnosti, jako je savost, odolnost v oděru, stálobarevnost a v neposlední řadě i požadavek na rychlou a snadnou údržbu. [2]

Ložní soupravy

Povlečení se vyrábí převážně tkané, a to ve vazbách plátnových, atlasových, vaflových a v menší míře i ve vazbách keprových.

Používají se různé typy tkanin, jako je například kanafas, damašek, atlasgrádl, louhový krep, bavlnářský satén, véba, bavlnářský flanel a vaflová tkanina. [2]

Firma Petrykstyl s. r. o. nabízí ložní prádlo převážně z bavlněného saténu či véby o plošné hmotnosti 145 g/m² a ve stejných rozměrech jako jejich přikrývky a polštáře (viz. Předeshlá podkapitola).

Povlečení je zapínáno pomocí zipového uzávěru, tzv. se používá jemné spirálové zdrhovadlo, které je našito po celé šíři povlaku. Firma Petrykstyl s. r. o. doporučuje prát toto povlečení v automatické pračce po rubu ze zapnutým zipovým uzávěrem (zdrhovadlo) při 40° C až 60 ° C. [2] [3]

Prostěradla

Nedílnou součástí povlečení je prostěradlo, které chrání matraci před ušpiněním. Klasická prostěradla jsou vyrobena z véby, která se často označuje jako véba prostěradlová. Má vyšší dostavu nití, aby byla oděru schopnější než véba povlaková. Jako „letní“ se označují prostěradla ze lnu, které příjemně chladí, naopak „zimní“ prostěradla jsou vyrobena z bavlnářského flanelu.

Prostěradla nabízená firmou Petrykstyl s. r. o. jsou klasická prostěradla vyrobena ze 100 % bavlněného saténu či véby o plošné hmotnosti 145 g/m². [3]

2.5.4 Chrániče matrace

Chrániče matrací slouží k ochraně matrací proti ušpinění, vlhkosti (např. potu) a také velice dobře udržují teplo. Jejich hlavní výhodou je jednoduchost čištění oproti matraci, lze je jednoduše vyprat v automatické pračce či chemicky vyčistit.

Chrániče matrací se vyrábějí jako různé včesy, proševy či jednoduché prošívání přikrývky. [5]

Chrániče matrací nabízené firmou Petrykstyl s. r. o. jsou vyrobeny z bavlněného saténu. Optimální mikroklima v lůžku zajišťuje silikonizované duté vlákno tvarované do spirály, které je potaženo tenkou vrstvou silikonu. [3]

2.5.1 Přehoz na postel

Speciálním druhem přikrývek jsou dekorativní přehozy přes postele, válendy či sedací soupravy. Kromě estetického účelu, mají tyto přehozy chránit potahovou textilií před znečištěním, odřením a prachem. Na vrchní materiál se používá velmi efektních tkanin, jako jsou například taft, matlasé, satén, ryps, potištěná véba a podobně. [2]

U firmy Petrykstyl s. r. o. lze zakoupit přehoz na postel vyrobený z kvalitní potištěné véby a plněný polyesterovým tvarovaným dutým vláknem o plošné hmotnosti 200 g/m². Náplň lze též vyjmout a přehoz vyprat v automatické pračce při 40- 60°C. [3]

2.5.1 Osuška, ručníky

Běžně se ručníky či osušky vyrábějí z materiálů, jako je smyčková tkanina (neboli froté), činovatina či tetra. Osušky a ručníky bývají vyrobeny ze 100 % bavlny či lnu, případně jsou ve směsi s různými vlákny, jako jsou například hedvábná či stříbrná vlákna. [4]

Tzv. froté osušky a ručníky o plošné hmotnosti 320 g/m² jsou novými výrobky, které firma Petrykstyl s. r. o. začala v nedávné době nabízet. Firma tyto ručníky (50 cm x 90 cm) a osušky (65 cm x 130 cm) prodává v klasických velikostech po 4 kusech v balení v různých barvách. [3] [4]

2.5.2 Froté župan

Nabízené froté župany firmou Petrykstyl s. r. o. jsou vyrobeny z bavlněné smyčkové tkaniny o plošné hmotnosti 550 g/ m². Firma ho nabízí pouze v bílé barvě ve velikosti L až XXL.

2.5.3 Matrace

Firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí dva typy matrací. První matrace je vyrobena ze 100 % polyuretanové pěny o tloušťce 17 cm. Polyuretanová pěna zaručuje dobré kopírovací vlastnosti, vzdušnost, pevnost a zdravotní nezávadnost.

Druhý typ matrace je vyroben z přírodní latexové pěny, známé pod názvem Dunlop, která se získává ze stromu kaučovníku. Tato matrace je kvalitnější, trvanlivější a odolnější než matrace z polyuretanové pěny, přestože je o 3 cm nižší. Což se promítne v její ceně, která je až o 1 500 Kč vyšší.

Prošívaný potah obou matrací je vyroben ze 100% bavlny. Potah je odnímatelný, zapínán za zdrhovadlo jako u předešlých výrobků a je možné ho prát v automatické pračce při 60°C. [3]

2.5.4 Ostatní nabízené zboží

Dalšími výrobky, které firma Petrykstyl s. r. o. nabízí pouze okrajově a v malém množství jsou prošívaná ergonomická nosítka pro děti, pracovní kalhoty vyrobené z pracovního kepru o složení 60 % bavlna a 40 % polyester. Pracovní kepr je hrubší tkanina v keprové vazbě s důrazným šikmým řádkováním. Jak již napovídá název, je především určen na výrobu pracovních oděvů. [3] [4]

Dále je zde možné zakoupit metráž, nitě či zdrhovadla, ze kterých firma Petrykstyl s. r. o. vyrábí své zboží. [3]

2.6 Reklama

Reklama je jedním z pěti nástrojů marketingové komunikace (anglicky promotion). Marketingová komunikace se používá za účelem informace cílových zákazníků o existenci určitého výrobku a o jeho hodnotě. Podstatou komunikace je tedy vytváření trvalého vzájemného vztahu podniku s veřejností. Marketingová komunikace se velmi často soustřeďuje na překonání neinformovanosti a vytváření image podniku.

Reklama je jakákoliv placená forma neosobního představení a propagace zboží, služeb či myšlenek, zprostředkovaná zpravidla reklamní agenturou. Jedná se o klasický způsob marketingové komunikace, tzv. vytvoření prostředků a obsazení reklamních médií za odměnu s cílem dosažení vytyčených cílů reklamy. Používají se různé typy reklamy a různé formy zprostředkování reklamy, nejpoužívanějšími bývá reklama v televizi,

rozhlase, novinách, časopisech a na internetu. Mohou to také být tištěné inzeráty, různé letáčky či brožury, prospekty a plakáty. [6]

Firma Petrykstyl s. r. o. používá pouze reklamu zprostředkovanou přes internet, tzv. e-mailový marketing a bannerovou reklamu, kterou lze nalézt pomocí různých serverů, jako je www.seznam.cz nebo www.google.cz a podobně. V nynější době firma zprostředkovává bannerovou reklamu pouze přes server Seznam.cz.

2.6.1 E- mailový marketing

E - mailový marketing je nejrychleji se rozvíjející prostředek internetového marketingu, který je používán tak, aby nedocházelo k tzv. spamingu (zaplavování nevyžádanými maily). Spočívá v zasílání reklamních mailů či mailů s informační hodnotou a reklamními vsuvkami na vybrané databáze e - mailových adres.

E - mailový marketing je levný a má vysokou míru reakce (až 10 %). Ze všech druhů internetové reklamy má nejrychlejší time-to-market (tzv. reklama se dostane velmi rychle do podvědomí zákazníka). Nevýhodou je právě hrozba sparringu (negativní reakce zákazníků, kdy dochází až k zakázání zobrazování těchto e- mailů).

2.6.2 Bannerová reklama

Bannerová reklama je dnes nejtypičtější, nejčastěji využívaná forma reklamy na internetu. Banner je reklamní proužek, obvykle animovaný, který plní vlastně roli krátkého, na malém prostoru zhuštěného reklamního spotu. Banner má svou standardní velikost (výšku x a šířku y), standardní umístění a také své aspoň relativně standardní ceníky, což je pevným bodem dnešní internetové reklamy. Bannerová reklama má spoustu vynikajících výhod, jako je možnost jejího řízení (zobrazování) doslova v reálném čase, přesné měření počtu kliknutí na tuto reklamu (zobrazení internetového obchodu firmy). Nelze, ale pomocí této reklamy, přesně zaměřit cílovou skupinu zákazníků. [9]

2.7 Postavení firmy na trhu

Tato kapitola se bude zabývat analýzou firmy Petrykstyl s. r. o. a bude zkoumat její postavení na trhu. Analýza firmy bude provedena pomocí SWOT analýzy, která je častým ukazatelem postavení firmy.

V druhé části budou uvedeni a popsáni ti konkurenti, kteří nejvíce konkurují firmě Petrykstyl s. r. o. v prodeji ložního prádla.

2.7.1 SWOT analýza

SWOT analýza je otevřeným ohodnocením podniku a je velmi užitečným, pohotovým a snadno použitelným nástrojem, umožňuje podniku srovnání jejich postavení na trhu s konkurencí.

SWOT analýza má dvě stránky, interní a externí. V interní stránce se jedná o vymezení silných (Strengths) a slabých (Weaknesses) míst uvnitř podniku jako jeho vnitřních předpokladů ke zhodnocení příležitostí a odvrácení hrozeb vnějšího prostředí. Externí stránky jsou představeny příležitostmi (Opportunities) a hrozbami (Threats) vyplívajících z vnějšího prostředí a výrazně ovlivňují jeho vnitřní procesy a organizační strukturu. [10]

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Prosperující firma Dobrá kvalita za přiměřenou cenu Dobrá image Dobré strojní vybavení Vysoký odbyt Pravidelní odběratelé Variabilita výroby (např. výroba na zakázku)	Malá firma Reklama Nevlastní kamenný obchod Nabízí omezený sortiment ložního prádla (především saténové ložní prádlo)
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
Nové segmenty trhu Nový sortiment výrobků (např. závěsy, záclony) Vyrábět ložní prádlo i z jiných materiálů (např. z louhovaného krepu, flanelu) nebo v méně typických rozměrech Reklama v jiných médiích (např. TV, rozhlas, noviny)	Silná konkurence Ztráta ziskovosti Nekvalitní, levné výrobky

Tab. č. 1. SWOT analýza

Ze SWOT analýzy vyplývá, že firma Petrykstyl s. r. o. je prosperující firma s dobrou image, která vyrábí zboží dobré kvality za přiměřenou cenu. Její nevýhodu je, že

je to spíše malá firma, která nezaujímá příliš velký prostor na trhu a může být zastíněna velkou konkurencí (například různými nekvalitními a velmi levnými výrobky) a hrozí zde možnost, že dojde ke ztrátě ziskovitosti firmy Petrykstyl s. r. o..

Dále by se firma měl snažit získat nové zákazníky, a to hlavně zlepšením úspěšnosti své reklamy, kterou by mohly umístit i do jiných médií. Příležitostí by bylo vyrábět nové sortimenty výrobků, jako jsou například záclony a závěsy, nebo rozšířit sortiment ložního prádla. Další možností by bylo nabízet ložní prádlo méně typických rozměrů.

2.7.2 Konkurence

Konkurence firmy Petrykstyl s. r. o. v rámci výroby a prodeje bytového textilu je v České republice velmi velká. Existuje velké množství různých obchodů, které nabízejí ložní prádlo v různé cenové relaci, od levných výrobků, které lze koupit v tzv. vietnamských prodejnách, přes supermarkety a hypermarkety až po specializované obchody, které nabízejí velký sortiment kvalitního ložního prádla s vyšší cenou.

Nedílnou součástí trhu jsou internetové obchody, které nabízejí ložní prádlo. Tyto obchody jsou z hlediska jednoduchého a rychlého srovnání výrobků největšími českými konkurenty firmy. Většina internetových obchodů prodává ložní prádlo různých domácích i zahraničních značek, ale není přímým výrobcem těchto výrobků (například Jitule-ložní povlečení, která je popsána níže v kapitole Vzorky ložního povlečení). Cena tohoto ložního prádla se pohybuje od 500 Kč až po 3 000 Kč.

Jak již bylo uvedeno na začátku této práce, firma Petrykstyl s. r. o. se řadí mezi tzv. malé podniky, což znamená, že její výroba není příliš velká oproti větším konkurentům ani nezaujímá příliš velké postavení na českém trhu, avšak je stále konkurenceschopná a prosperuje.

Nejznámějšími českými výrobci, kteří vyrábějí ložní prádlo, jsou Veratex, Brotex, Benetton, LeRoy®, Scan- quilt, C-Brunni, Darré Náchod, Sweet-Home, Povlečení Matějovský®, Petr Smolka, Dadka Vracov, Valeron a Economy.

Vietnamské a diskontní prodejny, supermarkety

Tyto prodejny nikdy nebývají specializovanými obchody, prodává se zde různé zboží, od oděvu, přes obuv, po ložní prádlo až k domácím potřebám či kosmetice.

Ložní prádlo prodávané v těchto prodejnách je většinou z véby, kepru, flanelu nebo v nynější době z mikrovlákn, a to z levnějších a méně kvalitních materiálů. Často jsou

vyrobeny ze 100 % chemických materiálů (především z polyesteru nebo viskózy) nebo ze směsí chemických materiálů a bavlny. Cena sady ložního prádla je většinou velice nízká (např. 199 Kč za ložní prádlo vyrobené z bavlněné véby).

Takto podobné zboží (v rámci kvality i ceny) se nabízí také v diskontních prodejnách (např. Kik- textil, např. cena ložní sady z mikrovlákn je 259 Kč) nebo v různých supermarketech či hypermarketech (např. 399 Kč za ložní sadu z bavlněné véby).

Povlečení Matějovský®

Firma Matějovský®- ložní povlečení je přímým výrobcem ložního prádla od roku 1990. Své zboží prodává přes jiné maloobchodníky (např. různé internetové obchody) a mimo jiné vlastní i podnikovou prodejnu sídlící v Semilech a svůj internetový obchod.

Firma Matějovský- ložní povlečení vyrábí kvalitní povlečení z véby (tzv. hladké bavlny), krepové, flanelové a saténové. Na toto zboží vlastní certifikát kvality od Textilní zkušebního ústavu. Veškeré povlečení je vyrobeno ze 100% bavlny. Dále vyrábí prostěradla, polštáře, přikrývky, přehozy, chrániče matrací a osušky.

Avšak specializuje se na výrobu tzv. licenčního povlečení, což znamená, že ložní prádlo je potištěno různými pohádkovými či filmovými postavami, které jsou zatíženy autorskými právy. Cena tohoto ložního prádla se pohybuje kolem 800 Kč za ložní soupravu (véba) v klasických rozměrech. Saténové ložní soupravy nabízí firma Matějovský v ceně 1 000 až 1 500 Kč (klasický rozměr).

Tato firma v nedávné době rozšířila svůj sortiment výrobků i o výrobu pánských pyžam, dámských nočních košil a spodního prádla. [11]

Scan-quilt

Firma Scan quilt vyrábí přikrývky, polštáře, ložní soupravy, prostěradla, matracové chrániče, dekorační polštářky, přehozy, dekorační tkaniny, ubrusy, prostírání, ručníky a župany. Tato značka patří firmě SILEX spol. s r. o.. Firma Scan quilt vyrábí především ložní prádlo ze 100 % bavlny ze saténu, véby, mikrovlákn, krepu a damašku. Jejich zboží je vyšší cenové relace (více jak 2 000 Kč za 1 soupravu ložního prádla). Firma Scan- quilt nabízí své zboží ve firemních prodejnách Scan- quilt (tzv. specializované prodejny) a ve vlastním internetovém obchodě. Dále je také prodává přes jiné maloobchodníky. [12]

Darré Náchod

Firma Darré Náchod založená Alešem Kuchařem je zaměřena přímo na výrobu ložního prádla a prostěradel. Ložní prádlo dodává v materiálech jako je véba (tzv. bavlněné povlečení), krep, flanel, satén. Vyrábí pouze ze 100 % bavlny v rozměrech klasických, prodloužených, francouzských a dětských. Dále nabízejí froté, jersey a prostěradla vyrobených z véby v různých odstínech a rozměrech. Také nabízejí šití prostěradel a ložního prádla na zakázku. Jejich výhodou je nabízení neomezené záruky životnosti (případně opravy) zdrhovadel používaných na zapínání ložního prádla.

Cena jedné soupravy ložního povlečení (véba) v klasických rozměrech je 449 Kč, souprava saténového ložního prádla stejného rozměru stojí 999 Kč. Froté či jersey prostěradlo v klasickém rozměru stojí 329 Kč. Firma Darré Náchod bude firmě Petrykstyl s. r. o. konkurovat především cenou. [13]

Petr Smolka

Firma byla založena panem Petrem Smolkou a zabývá se výrobou, velkoobchodním a internetovým prodejem bytového textilu, zejména výrobou příkrývek, ložního prádla a povlečením. Od roku 2003 velkoobchodně prodávají i prošíváné příkrývky a polštáře plněné tvarovaným dutým vláknem. Tato firma zásobuje bytovým textilem více než 400 prodejen v rozsahu Moravy a Slezska, východních Čech a části středních Čech. Dodává také ručníky, osušky, záclony a závěsy šité na míru požadavků zákazníka.

Firma Petr Smolka vyrábí a dodává keprové, flanelové, saténové, froté a véba povlečení v mnoha barevných variantách. Cena saténové ložní soupravy v klasických rozměrech činí 590 Kč, bavlněné ložní prádlo (véba) dosahuje ceny 360 Kč. Kvůli takto nízké ceně zboží, bude firma Petr Smolka (její internetový obchod) také velkým konkurentem firmy Petrykstyl s. r. o. [14]

Dadka Vracov s. r. o.

Firma Dadka Vracov s. r. o. vyrábí a prodává bytový a hotelový textil opatřený zdravotními a jakostními certifikáty. Firma Dadka Vracov s. r. o. sídlí ve městě Vracov (odtud název) a zaměstnává 50 kvalifikovaných pracovníků, čímž se řadí mezi tzv. střední podniky. Celá jejich kolekce je určena speciálně pro prodejny bytového textilu a vybavení hotelů, penzionů, zdravotních a lázeňských zařízení.

Dadka Vracov s. r. o. vyrábí ložní prádlo převážně ze 100 % bavlny (véba, atlas grádl, krepové, flanelové, damaškové, a saténové), prostěradla (froté, jersey, mikroplyš), prošívání přikrývky a polštáře, prostírání (ubrusy, ubrousky, naprony, multony, banketní ubrusy), vybavení do koupelny (froté, vaflové a keprové ručníky, osušky, předložky, žínky, utěrky) a chrániče matrací.

Zboží prodává přes jiné maloobchody po celé Moravě a především přes vlastní internetový obchod. Ceny saténového ložního prádla se pohybují kolem 1 200 Kč a véba ložní prádlo stojí přibližně 500 Kč. [15]

B. E. S. Petrovice s. r. o.

B. E. S. Petrovice s. r. o. sídlí v Sedlčanech, kde se nachází i jejich firemní prodejna. Tato firma se zabývá výrobou, dovozem a prodejem ložního prádla a bytového textilu. Vyrábí prostěradla (jersey, froté, prostěradlová véba), ložní prádlo (bavlněná véba, krep, flanel, mikrovláknem), froté ručníky a osušky, utěrky, župany, přikrývky, polštáře a další textil v různých velikostech a barvách.

Vznikla v roce 1996 jako rodinný podnik. Velký důraz klade na kvalitu zboží a její nejvýraznější předností je vedle dobré kvality velmi nízká režie, která může být udržována díky velké samostatnosti jednotlivých úseků firmy a v neposlední řadě i pečlivým výběrem nabízených produktů.

Zboží lze koupit přes různé velkoobchody či maloobchody, firemní prodejnu či přes jejich vlastní internetový obchod. Ceny nabízeného ložního prádla v internetovém obchodě se pohybují od 300 až 500 Kč. [16]

3 EXPERIMENTÁLNÍ ČÁST

Experimentální část je rozdělena na dvě samostatné podkapitoly. První z nich se zabývá zkoušením a porovnáním kvality saténového ložního prádla vyrobeného různými výrobci. V druhé části je uvedeno vyhodnocení marketingového výzkumu, který byl proveden na základě dotazníku Zlepšení internetové reklamy firmy Petrykstyl s. r. o. Záměrem marketingového výzkumu bylo zjistit, na jaké servery by měla firma umístit svoji reklamu, na co by se v této reklamě měla zaměřit a především podle čeho si zákazník vybírá internetový obchod.

V rámci první podkapitoly byla na vybraných vzorcích měřena pevnost v tahu, odolnost proti odření (tzv. oděr), odolnost proti tvorbě žmolků (tzv. žmolkovitost) a sráživost po praní. Jednotlivé vzorky byly měřeny při standardních klimatických podmínkách. Teplota vzduchu se pohybovala okolo 21, 7 °C a vlhkost vzduchu byla 64, 3 %. [20]

Z ekonomického hlediska bylo měření provedeno na šesti vzorcích saténového ložního prádla od různých prodejců (internetový obchod) v různé cenové relaci. Od každého vzorku byl náhodně vybrán určitý počet vzorků podle normy ČSN EN 12751 Textílie- Odběr vzorků vláken, nití a plošných textilií ke zkouškám. Veškeré výpočty byly provedeny podle Hornova postupu pro počet vzorků $4 \leq n \leq 20$, který je založený na pořádkových statistikách a vychází z hloubek pivotů. [31]

3.1 Vzorky ložního prádla

Vzorky byly vybrány tak, aby je bylo možné porovnat. Nejdříve měl být experiment proveden na vzorcích od různých typů obchodů s odlišnými cenami svých výrobků, což znamenalo, že vzorky měly být pořízeny v obchodní síti Jysk a Ikea, obchodním řetězcí Globus, ve specializované prodejně Scan quilt, na tržnici a samozřejmě ve firmě Petrykstyl s. r. o.. Hlavní příčinou, proč se od této myšlenky opustilo, bylo, že na tržnicích, tzv. vietnamských prodejnách, nenabízejí saténové ložní prádlo vyrobené ze 100 % bavlny. Na tržnicích lze jen ojediněle nalézt saténové ložní prádlo, které by nebylo vyrobeno ze 100 % polyesteru. Další nevýhodou tohoto výběru vzorků byla vysoká cena ložního prádla ve specializované prodejně Scan quilt či v obchodní síti Jysk.

Z tohoto důvodu byl experiment proveden na vzorcích pořízených pouze v internetových obchodech v podobné cenové relaci. Dalším důvodem byl fakt, že firma Petrykstyl s. r. o. nabízí své výrobky pouze v rámci internetového obchodu.

V tomto případě budou srovnávány i nabízené služby (například dodací podmínky a poštovné) jednotlivých internetových obchodů.

3.1.1 Zkušební vzorek č. 1

Zkušební vzorek č. 1 byl pořízen v internetovém obchodu Jitule-ložní povlečení. Tento internetový obchod existuje již 3 roky a nabízí veškerý bytový textil, jako jsou například polštáře a přikrývky, ložní prádlo, prostěradla, ručníky či utěrky. Ložní prádlo nabízí od českých i zahraničních výrobců.

Toto ložního prádla je z Německa do České republiky distribuováno firmou Tip trade s. r. o..

Nevýhodou této firmy byla dlouhá doba dodání (až 14 dnů), ale naopak balné a poštovné (přepravce PPL) činilo 90 Kč, což bylo nejnižší ze všech uvedených internetových obchodů. Poštovné a balné tato firma neúčtuje při objednávce nad 4 000 Kč.

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 53 nití/ 1 cm

Dostava útku: 36 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,24 mm

Doporučená teplota praní: 40 °C

Cena za kus: 890 Kč [21]



Obr. č. 1 Ložní prádlo Jitule-ložní povlečení [2]

3.1.2 Zkušební vzorek č. 2

Tento zkušební vzorek pochází z internetového obchodu Firma Jan Peří. Tento obchod se především specializuje na výrobu přikrývek a polštářů plněných perím, s čímž souvisí i jejich další činnost, což je profesionální čištění perí pomocí páry o teplotě 350 °C.

Firma Jan Peří dodává své zboží přes dopravce GLS. Cena poštovného a balného je 150 Kč, opět při objednávce nad 4 000 Kč je poštovné zdarma.

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 63 nití/ 1 cm

Dostava útku: 32 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,259 mm

Doporučená teplota praní: 50 °C

Cena za kus: 740 Kč [22]



Obr. č. 2 Ložní prádlo Firma Jan Peří [22]

3.1.3 Zkušební vzorek č. 3

Dalším zkušebním vzorkem je ložní prádlo zakoupené v internetovém obchodě firmy Matějovský®- ložní povlečení (viz. Kapitola 2.7.2 Konkurence).

Poštovné a balné u tohoto internetového obchodu činí 100 Kč (dopravce PPL). Při objednávce nad 3 000 Kč je poštovné zdarma. K nákupu byl přibalen dárek v podobě pracího detergentu Persil (30 g).

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 51 nití/ 1 cm

Dostava útku: 31 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,218 mm

Doporučená teplota praní: 50 °C

Cena za kus: 1 090 Kč [23]



Obr. č. 3 Ložní prádlo Matějovský® [23]

3.1.4 Zkušební vzorek č. 4

Následující vzorek byl zakoupen od firmy Tanatex, která se zabývá výrobou ložního prádla, příkrývek a polštářů, přehozů na postel. Její další činností je distribuce kusových kobereců, fototapet a metrážového textilu.

Zboží je možné vyzvednout dobírkou pomocí České pošty (cena poštovného a balného činí 114 Kč), speciální expresní službou (11 Kč/ km) nebo osobním odběrem na skladě (Louny). Při objednávce nad 3 000 Kč je poštovné zdarma.

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 57 nití/ 1 cm

Dostava útku: 28 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,227 mm

Doporučená teplota praní: 50 °C

Cena za kus: 1 125 Kč [24]



Obr. č. 4 Ložní prádlo Tanatex [24]

3.1.5 Zkušební vzorek č. 5

Předposlední vzorek je od firmy Svoboda linen. Tato firma pochází z Veselého nad Moravou. Firma si sama navrhuje vzory ložního prádla, ale potisk sama neprovádí. Firma je zaměřena pouze na výrobu ložního prádla, jersey prostěradel, osušek a ručníků.

Poštovné a balné činilo 150 Kč a dodací lhůta byla 3 dny.

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 52 nití/ 1 cm

Dostava útku: 46 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,241 mm

Doporučená teplota praní: 40 °C

Cena za kus: 1 290 Kč [25]



Obr. č. 5 Ložní povlečení Svoboda linen [25]

3.1.6 Zkušební vzorek č. 6

Poslední vzorek je od firmy Petrykstyl s. r. o., která dodává zboží do 3 dnů a účtuje si za balné a poštovné 150 Kč (přepravce GEJS). Také je možné si vyzvednout objednané zboží přímo ve firmě v Postoloprtech v rámci osobního odběru, který je zdarma.

Materiálové složení: 100 % bavlna

Dostava osnovy: 59 nití/ 1 cm

Dostava útku: 34 nití/ 1 cm

Tloušťka materiálu: 0,212 mm

Doporučená teplota praní: 40- 60 °C

Cena za kus: 495 Kč [26]



Obr. č. 6 Ložní prádlo Petrykstyl s. r. o. [26]

3.2 Pevnost v tahu

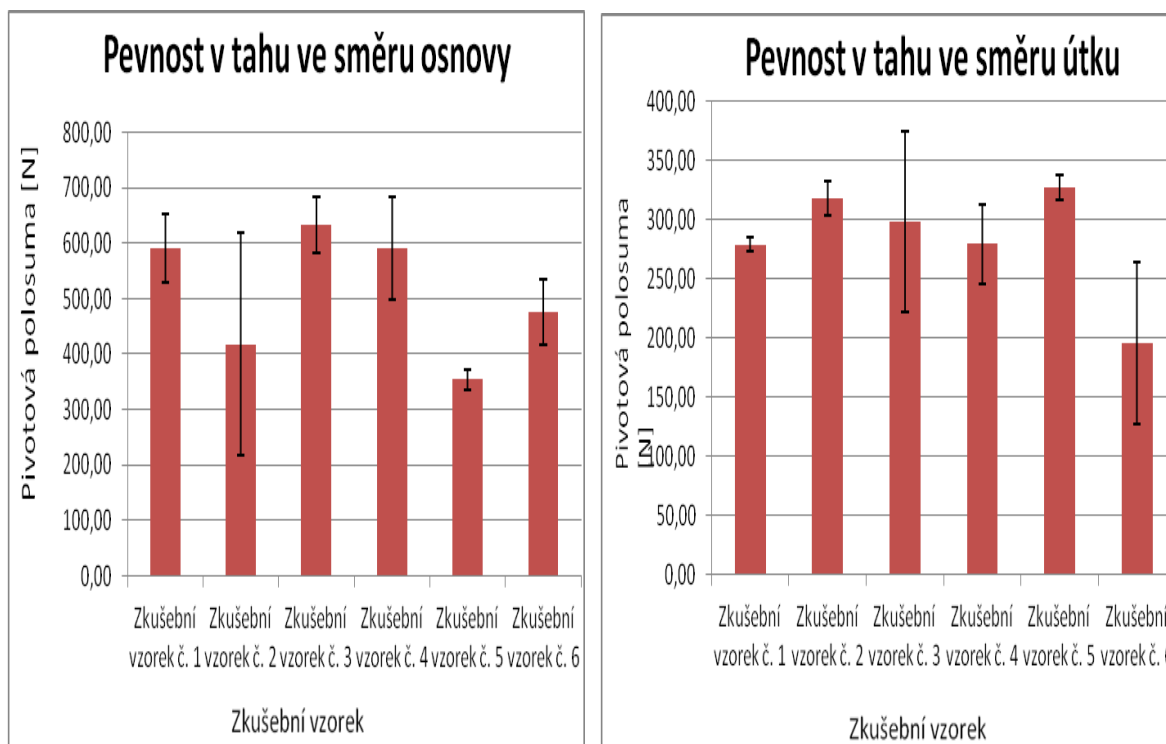
Pevnost tkanin v tahu byla měřena na přístroji Testometric M350- 5 CT dle platné normy ČSN EN ISO 13934-1 Tahové vlastnosti plošných textilií- Část 1: Zjišťování maximální síly a tažnosti při maximální síle pomocí metody Strip. Metoda Strip je zkouška, při které je celá šířka zkušební vzorku upnuta v pohyblivých čelistech. [29]

Podle této normy mají být vzorky vystřiženy z odstříhu plošné textilie tak, aby neměly ani jednu společnou nit. Vzorek se vystříhne přesně po niti v rozměrech 300 x 60 mm a vzorek je poté vypárán na šíři 50 mm. Upínací délka je 200 mm s přesností na ± 1 mm. Dvacet čtyři hodin před experimentem se vzorky vloží do klimatizační komory, aby všechny vzorky byly měřeny při stejných klimatických podmínkách. [20]

Testometric (také trhací stroj či trhačka) je dynamometr, který slouží ke zkoušení pevnosti. Trhací stroj je vybavený dvojicí svorek, z nichž je jedna pevná a druhá se pohybuje konstantní rychlostí (100 mm/min s přesností na $\pm 10\%$.) po celou dobu zkoušky. Čelisti musí držet vzorek bez prokluzování a nesmí prořezávat nebo jinak poškozovat zkušební vzorek. Šířka upínacích čelistí je 60 mm. Zkušební vzorek je upnut do horní (pohyblivé) a spodní čelisti a je zatěžován až do přetrhu. [26] [29]

Nejlepších výsledků dosahoval zkušební vzorek č. 3 od firmy Matějovský®- ložní povlečení, který měl jednu z nejvyšších naměřených pevností, ale menší průměrnou tažnost. Naproti tomu, vzorek od firmy Petrykstyl s. r. o. dosahoval spíše nižších pevností, což by mohlo být zapříčiněno jeho malou tloušťkou (0,212 mm), která byla naměřena jako nejmenší oproti ostatním zkušebním vzorkům, což potvrzuje i fakt, že tento vzorek vykazuje nejmenší napětí.

Jednotlivě naměřené pevnosti a vypočítané napětí zkušebních vzorků jsou uvedeny v příloze č. 1 v tab. č. 3 Naměřené hodnoty pevnosti v tahu a napětí ve směru osnovy a v tab. č. 4 Naměřené hodnoty pevnosti v tahu a napětí ve směru útku. Naměřené hodnoty lze také porovnat v níže uvedených grafech.



Graf č. 1 Průměrná pevnost v tahu (osnova) Graf č. 2 Průměrná pevnost v tahu (útek)

3.3 Odolnost proti oděru

Zkoušky odolností v oděru jsou simulační zkoušky, které napodobují namáhání (odírání) textílie při praktickém používání. Toto namáhání může být realizováno také jako odírání textílie o textílii, odírání textílie o hladký pevný povrch (například židle, hrana stolu), odírání o drsný pevný povrch (cihly, tvárnice v případě pracovních oděvů a pracovních pomůcek). K odírání textílie může docházet v ploše či v hraně (například oděr rukávů, límců).

Principem zkoušení je vzájemný pohyb dvou stýkajících se čelistí, kde na jedné čelisti je napnuta zkoušená textílie a na druhé čelisti je upevněn odírající materiál (normovaná textílie). Čelisti jsou k sobě přitlačovány předepsanou silou F [N] a jsou ve vzájemném relativním rotačním pohybu (jedna čelist se otáčí a druhá je statická).

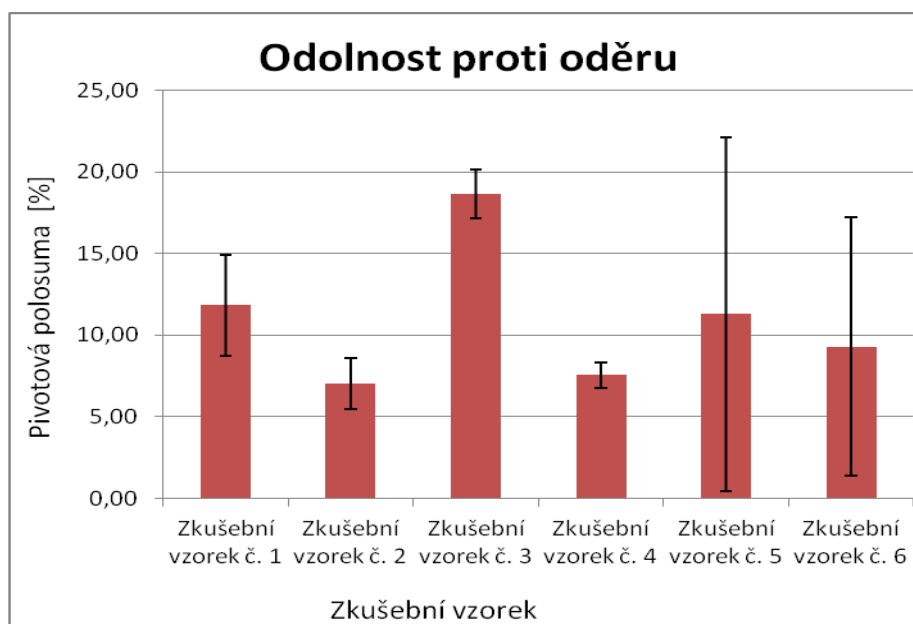
Oděr lze provést v komorovém vrtulkovém odírači nebo na přístroji Martindale. Měření bylo provedeno na přístroji Martindale podle normy ČSN EN ISO 12947-3

Zjišťování odolnosti plošných textilií v oděru metodou Martindale- Část 3: Zjišťování úbytku hmotnosti. U této metody se zkoumaná textilie odírá o normovanou vlnářskou tkaninu. Oděr je realizován v náhodném směru daném skládáním dvou na sebe kolmých pohybů a rotačního pohybu, tzv. Lissajousova obrazce. Průměr odíraného vzorku je 38 mm a odírací textilie má průměr 140 mm. [20]

Odolnost v oděru plošné textilie se zjistí pomocí zkušební intervalu otáček do dosažení poškození vzorků. Zkušební přístroj Martindale se skládá ze základní desky, na které jsou umístěny odírací stoly a pohonný mechanismus. Pohonný mechanismus se skládá ze dvou vnějších pohonů a jednoho vnitřního pohonu, které způsobují, že vodící deska držáků vzorků sleduje tzv. Lissajousův obrazec. Přístroj je vybaven počítadlem otáček. Vzorek je zatížen závažím o hmotnosti 595g, které vyvolává přítlak 9 kPa na zkušební vzorek během zkoušky oděru. Na upínacím držáku vzorku jsou pod vzorkem umístěny pomocné materiály v pořadí pěnový materiál, plst' a vzorek, který je odírán o definovanou odírací tkaninu umístěnou na stole. [28]

Vyhodnocení oděru bylo provedeno úbytkem hmotnosti vzorku při 8 000 otáčkách.

Nejlepší odolnost proti oděru vykazoval zkušební vzorek č. 2, který pocházel od firmy Jan Peří. Naopak nejhorší odolnost proti oděru měl zkušební vzorek č. 1 (firma Jitule- ložní povlečení). Zkušební vzorek od firmy Petrykstyl s. r. o. při tomto experimentu byl hodnocen jako čtvrtý nejlepší. Výsledky jsou znázorněny níže v grafu č. 3 Odolnost vzorků proti oděru či v příloze 2 v tab. č. 5 Odolnost vzorků proti oděru.



Graf č. 3 Odolnost vzorků proti oděru

3.4 Odolnost proti tvorbě žmolků

Žmolkovitost lze měřit v Komorovém přístroji nebo na přístroji Martindale. Zjišťování odolnosti proti tvorbě žmolků se na přístroji Martindale provádí podle normy ČSN EN ISO 12945-2 Zjišťování sklonu plošných textilií k rozvláknění povrchu a ke žmolkování- Část 2: Modifikovaná metoda Martindale. [27]

Žmolkovitost je definována jako negativní vlastnost, která má tvorbou žmolků za následek poruchu vzhledu povrchu plošné textilie. Žmolkovitost se projevuje u všech druhů vláken, avšak některá vlákna (především přírodní vlákna) mají malou odolnost v ohybu a v krutu, takže žmolky brzo odpadnou. Každá textilie obsahuje vyčnívající vlákna, tzv. chlupatost. Tato odstávající vlákna jsou schopna se vlivem tření textilie o textilie (či pevný povrch) stáčet a přibírat k sobě další vlákna z jiné textilie. Tak vzniká tzv. žmolek, což je vlastně smotek vláken. Vliv na udržení žmolků na povrchu textilie má odolnost vláken v ohybu a v krutu (vlákna s malou odolností v ohybu a v krutu odpadnou rychleji, například bavlna, len). [20]

Při provádění zkoušky žmolkovitosti na přístroji Martindale se zkušební vzorky upnou do držáků. Na skosenou stranu pomocného upínacího tělesa se nasadí upínací kroužek, do prohloubeného místa tělesa se vloží zkušební vzorek a na něj se umístí plstěná podložka o průměru 90 mm. Na podložku se položí držák vzorku a upínací kroužek se přetáhne přes pomocné upínací těleso, tak aby pevně zachytil zkušební vzorek a zapadl do drážky v držáku vzorků.

Na žmolkovací stůl se vzorek upevní tak, že se vzorek položí (stranou, která se má odírat) přes plstěnou podložku, zatíží se závažím, aby nedošlo k posunu vzorku, a upne se upínacím rámečkem.

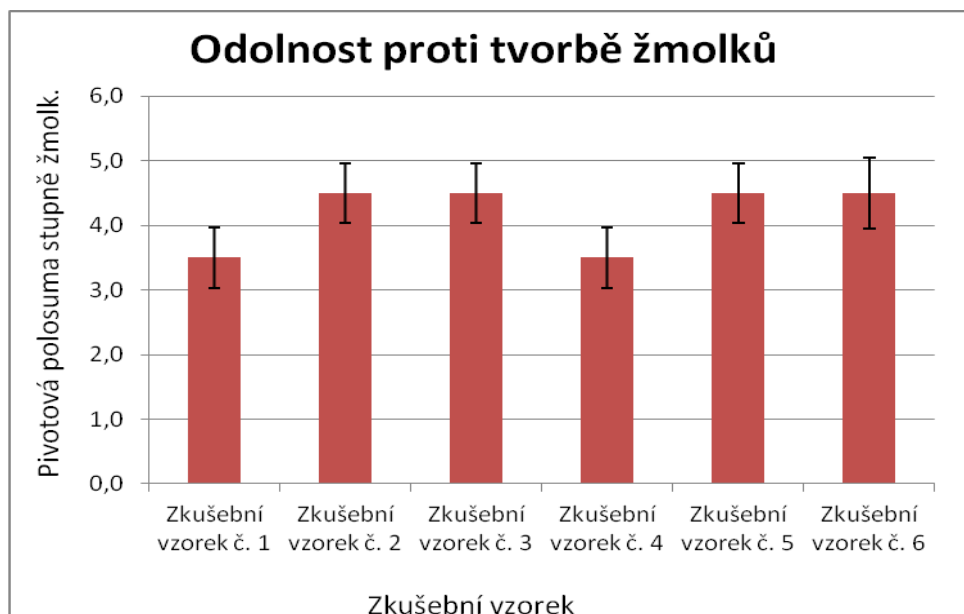
Zkouška probíhá, dokud se nedosáhne požadovaného počtu otáček pro první hodnocení. Proveďte se vyhodnocení, aniž by se vzorky vyjmuly z držáků vzorků. Následně se vzorky umístí na původní místo, odkud byly vyjmuty, a ve zkoušce se pokračuje.

Žmolkování se u každého zkušebního vzorku hodnotí stupněm žmolkovitosti podle fotografických etalonů.

Stupně žmolkování:

1. Silné žmolkování, celý povrch vzorku je pokryt žmolky
2. Výrazné žmolkování, značná část povrchu vzorku je pokryta žmolky
3. Mírné žmolkování, povrch vzorku je částečně pokryt žmolky
4. Počátky tvorby žmolků
5. Bez žmolků [27]

Nejlepšího stupně odolnosti proti tvorbě žmolků dosahoval zkušební vzorek č. 2 od firmy Jan Peří. To znamená, že vlákna tohoto vzorku mají nízkou pevnost a malou odolnost v krutu a ohybu, jelikož se snadno odírají a netvoří žmolky na povrchu vzorku. Nejhuře v tomto experimentu dopadl zkušební vzorek č. 4 od firmy Tanatex (stupeň žmolkovitosti byl 3,310). Vzorek od firmy Petrykstyl s. r. o. dopadl jako druhý nejlepší (viz příloha č. 3 tab. č. 6 Odolnost vzorků proti tvorbě žmolků).



Graf č. 4 Průměrný stupeň žmolkovitosti

3.5 Sráživost po praní

Zkoušení sráživosti po praní se provádí podle normy ČSN EN ISO 507 Zjišťování změn rozměrů po praní a sušení.

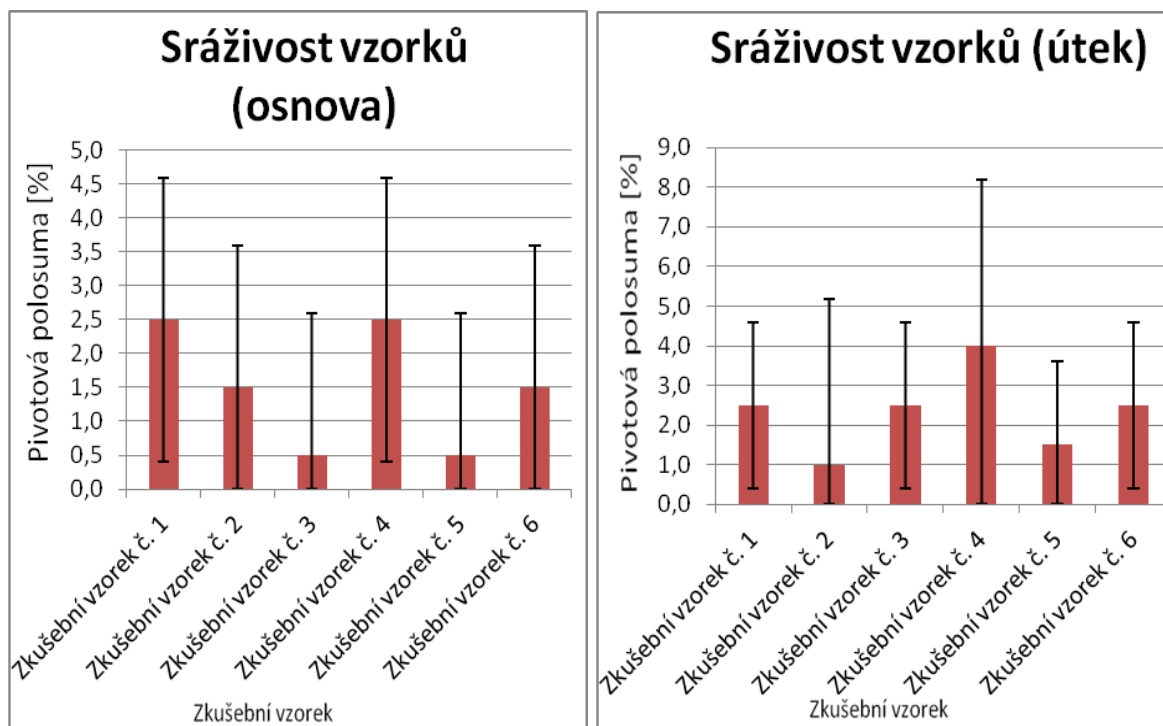
Sráživost vyjadřuje úroveň změn rozměrů textilie po působení vody, tepla a mechanického namáhání.

Postup pro zjišťování sráživosti textilie spočívá v tom, že si zhotovíme vzorek textilie, kterou chceme zkoušet. Na tomto vzorku se vyznačí přesné původní rozměry. Poté se textilie podrobí danému namáhání (praní, sušení) a změříme změněné rozměry. Sráživost plošných textilií se zkoumá na vzorku, na kterém jsou vyznačeny rozměry ve dvou na sebe kolmých směrech, což znamená, že se zkoumá sráživost osnovních i útkových nití.

Velikost vzorku je podle dané normy 300 x 300 mm a délka mezi jednotlivými značkami je 250 mm. Z nedostatečného množství materiálu bylo toto měření provedeno na vzorcích o velikosti 150 x 150 mm a délka úsečky mezi značkami byla 100 mm. [20]

Sráživost po praní byla měřena ve směru osnovy i útku. Nejmenší sráživosti po praní ve směru osnovy dosahoval vzorek č. 5 (firma Svoboda linen), ale ve směru útku byla nejmenší sráživost po praní naměřena na zkušební vzorku č. 2 (firma Jan Peří). Jako v předešlém měření, tyto odlišné naměřené hodnoty každého vzorku mohou být zapříčiněny použitím různě kvalitních přízí ve výrobě.

Sráživost po praní vzorků firmy Petrykstyl s. r. o. byla hodnocena jako průměrná oproti ostatním vzorkům (viz příloha č. 4 tab. č. 7 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru osnovy a tab. č. 8 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru útku).



Graf č. 5 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru osnovy

Graf č. 6 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru útku

3.6 Výsledky experimentu

Každému vzorku byla přiřazena odpovídající hodnota (od 1 do 6) podle jednotlivých výsledků měření. Hodnota 6 byla přiřazena nejlepšímu vzorku v experimentu, tyto hodnoty byly sečteny a vyhodnocen odpovídající pořadí kvality vzorků (nejvyšší hodnota odpovídala vzorku, který nejlépe obstál ve všech experimentech). Každý experiment měl stejnou váhu (důležitost). Výsledky experimentu pevnost v tahu a sráživost po praní byly zprůměrované ze zvlášť měřených hodnot měřených po osnově a útku. Poté byly ještě vzorky srovnány s výší jejich ceny. (viz. tab. č. 2 Vyhodnocení zkušební vzorků)

Nejlepších výsledků dosahovaly zkušební vzorky od firmy Jan Peří. Dosáhly nejlepší odolnosti proti žmolkování, oděru a sráživosti ve směru útku. Navíc cena této ložní

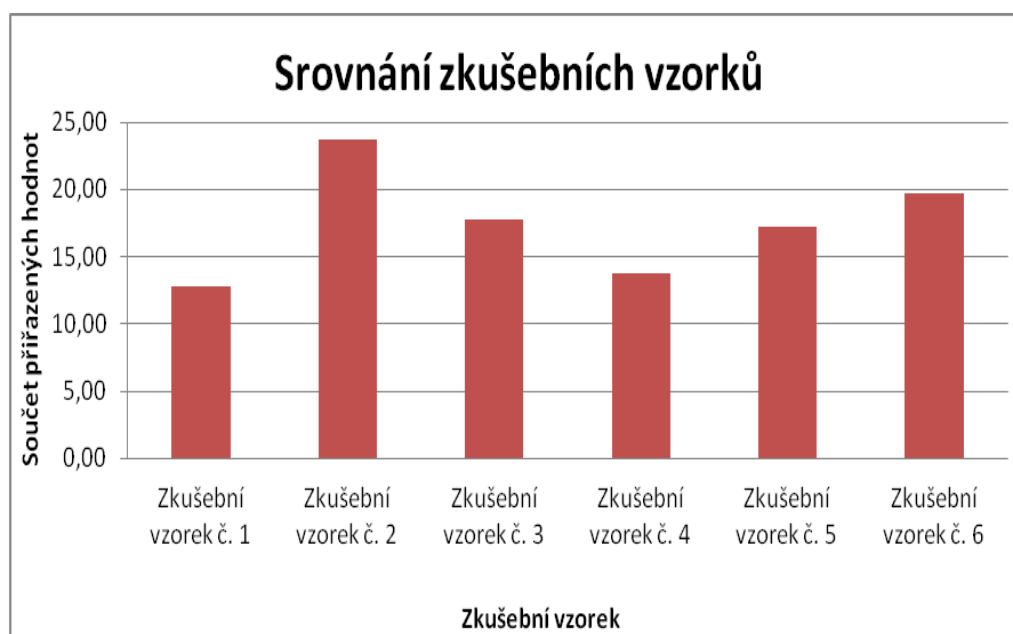
Hodnocení uživatelských vlastností materiálů určených pro výrobu bytového textilu 36

soupravy byla druhá nejnižší (740 Kč), hned po firmě Petrykstyl s. r. o.. Z těchto důvodů byl vzorek hodnocen jako nejlepší.

Firma Petrykstyl s. r. o. byla ohodnocena 2. nejlepším místem. Tento vzorek dosahoval velmi dobrých výsledků v odolnosti proti žmolkování, což je výhodné pro spotřebitele, ložní prádlo si uchová svůj pěkný vzhled a nebude žmolkovat. Vezme-li se v úvahu jeho cena, která byla nejnižší ze všech zkoušených vzorků (pouze 495 Kč za sadu ložního prádla), dosahuje toto ložní prádlo velmi dobrých hodnot, například ložní prádlo z internetového obchodu Jitule- ložní povlečení stojí 890 Kč, ale bylo ohodnoceno jako nejhorší, především pro jeho malou odolnost proti oděru, žmolkovitosti i sráživosti.

Zk. vzorek	Pevnost v tahu	Odolnost proti oděru	Odolnost proti tvorbě žmolků	Odolnost proti sráživosti	Cena [Kč]	Součet hodnot	Pořadí vzorků
Zk. vz. č. 1	3,0	2,0	1,5	2,25	4,0	12,75	6.
Zk. vz. č. 2	3,5	6,0	4,5	4,75	5,0	23,75	1.
Zk. vz. č. 3	5,0	1,0	4,5	4,25	3,0	17,75	3.
Zk. vz. č. 4	4,0	5,0	1,5	1,25	2,0	13,75	5.
Zk. vz. č. 5	3,5	3,0	4,5	5,25	1,0	17,25	4.
Zk. vz. č. 6	2,0	4,0	4,5	3,25	6,0	19,75	2.

Tab. č. 2 Vyhodnocení zkušebních vzorků

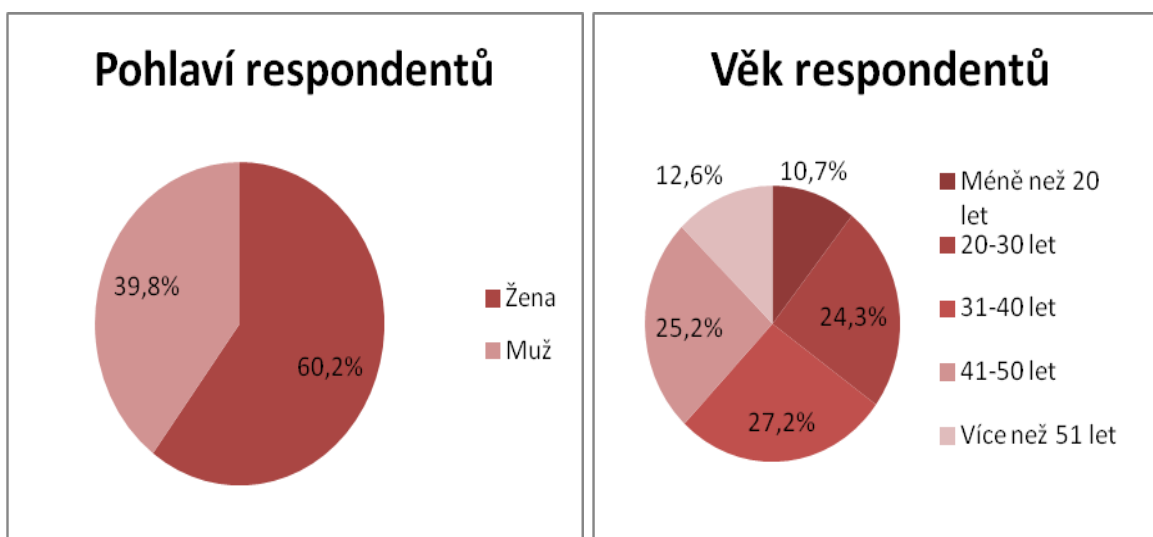


Graf č. 7 Srovnání zkušebních vzorků

3.7 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum byl proveden metodou dotazníku. Cílem dotazníku je zlepšení internetové reklamy firmy Petrykstyl s. r. o., především jde o zjištění chování zákazníků při výběru ložního prádla a internetového obchodu, jestli respondenti nakupují ložní prádlo přes internetové obchody a podle čeho si ho zákazníci vyhledávají, zdali se řídí podle reklamy či dají na doporučení známého. Nebo také jak reagují na reklamu. Dalším faktorem bylo zjištění, na jakých serverech hledají internetový obchod, a jaké ložní prádlo a jeho rozměry preferují. Dotazník je uveden v příloze č. 5.

Dotazník byl zadán 103 respondentům po celé České republice, z toho 5 respondentů uvedlo, že nepoužívají internet, ti byli vyřazeni. Dotazník byl spíše vyplňován ženami (60,2 %) a respondenti byli rozděleni do pěti skupin podle věku (viz. graf č. 8 Věk respondentů), nejvíce respondentů bylo ve věku 31-40 let (27,2 %).

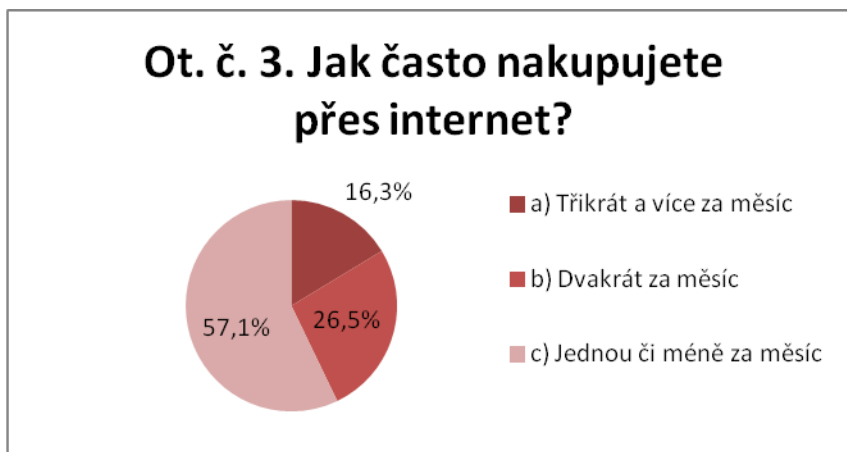


Graf č. 8 Pohlaví respondentů

Graf č. 9 Věk respondentů

Na otázku č. 2. (Nakupujete z internetových obchodů?) odpovědělo 88,8 % respondentů kladně, zbylých 11,2 % respondentů uvedlo, že raději nakupují zboží v kamenných obchodech, kde si zboží mohou prohlédnout a ověřit jeho kvalitu, vyzkoušet a zeptat se prodáváče na případné dotazy.

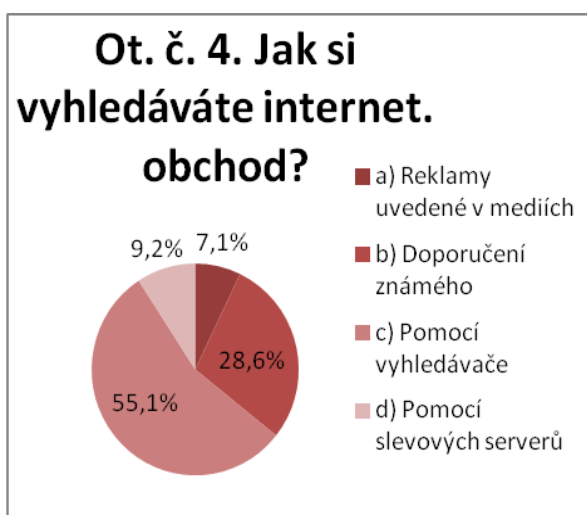
Nejvíce respondentů (57,1 %) nakupuje přes internetové obchody jednou či méně za měsíc. (viz. graf č. 10 Ot. č. 3. Jak často nakupujete přes internetové obchody?)



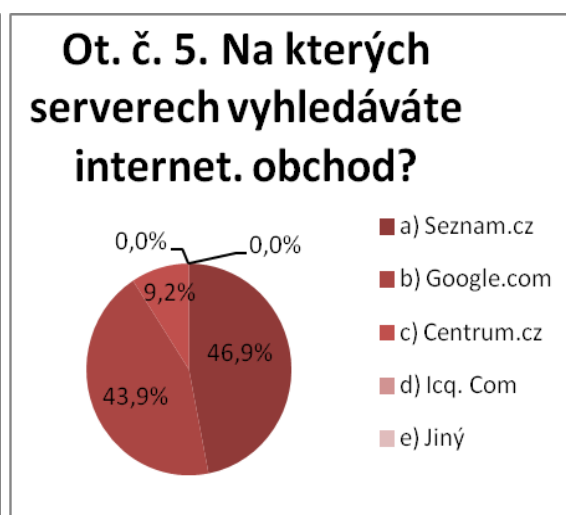
Graf č. 10 Ot. č. 3. Jak často nakupujete přes internetové obchody?

Další otázka (Jak si vyhledáváte internetový obchod?) se zabývala způsobem, jakým se zákazník nejčastěji dozvídá o internetovém obchodě a případně si ho vyhledává. Byly čtyři možnosti odpovědí, první byla pomocí reklamy uvedené v médiích, tuto možnost využívá nejméně respondentů (7,1 %), 28,6 % respondentů dá na doporučení známého. Další možností odpovědi bylo pomocí slevových serverů, tuto možnost využívá 9,2 % respondentů.

Pomocí vyhledávače si internetový obchod vybírá nejvíce respondentů (55,1 %). Podle otázky č. 5. je nejvíce využívaným vyhledávacím serverem Seznam.cz (46,9 %) a Google.com (43,9 %).



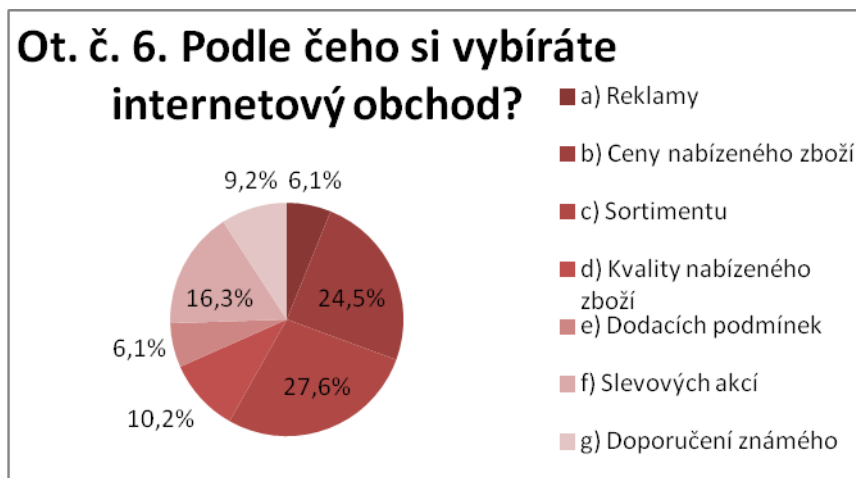
Graf č. 11 Otázka č. 4.



Graf č. 12 Otázka č. 5.

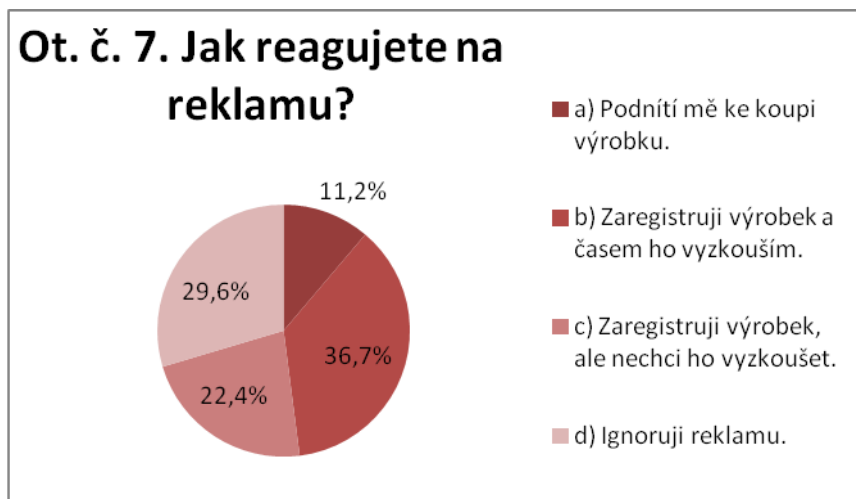
Na otázku: Podle čeho si vybíráte internetový obchod?, odpovědělo 27,6 % respondentů, že vyhledávají internetový obchod podle sortimentu, dalších 24,5 %

respondentů vyhledává podle ceny. Nejméně respondentů si vybírá internetový obchod podle reklamy a dodacích podmínek. (viz. graf č. 13 Otázka č. 6.)



Graf č. 13 Otázka č. 6. Podle čeho si vybíráte internet. Obchod?

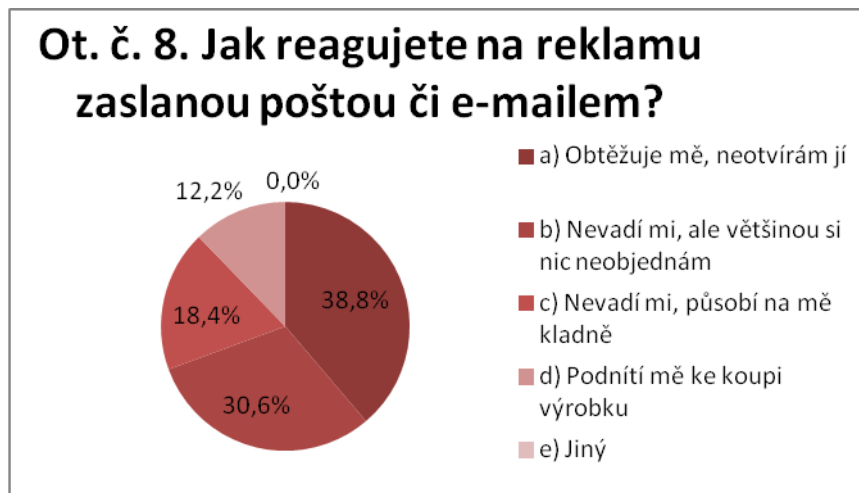
Cílem další otázky bylo zjistit, jak respondenti reagují na reklamu. Byly čtyři možnosti odpovědí a nejvíce respondentů (36,7 %) se přiklání k názoru, že propagovaný výrobek zaregistrují, ale vyzkouší ho až v delším časovém období. Pouze 11,2 % respondentů jsou ovlivněni touto reklamou k okamžité koupi výrobku a až 29,6 % respondentů uvedlo, že reklamu ignorují. Zbytek respondentů (22,4 %) zaregistruje propagovaný výrobek, ale necítí potřebu ho vyzkoušet.



Graf č. 14 Otázka č. 7. Jak reagujete na reklamu?

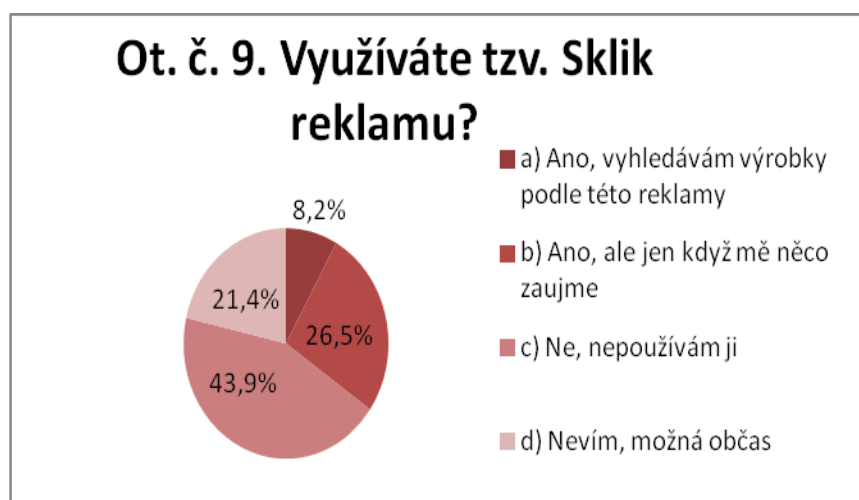
Otázka č. 8. měla zjistit, jak respondenti reagují na tzv. e- mailový marketing (reklama zasílaná pomocí e- mailů), který firma Petrykstyl s. r. o. využívá. Tato otázka byla formulovaná jako polootevřená, tedy bylo možné vybírat ze čtyř uzavřených a jedné

otevřené odpovědi, kterou nikdo z respondentů nevyužil. Až 38,8 % respondentů uvedlo, že je tato reklama obtěžuje a neotvírají ji, dalším 30,6 % respondentům nevadí tento typ reklamy, ale většinou si nic neobjednávají. Pouhých 12,2 % uvedlo, že je tato reklama podnítí ke koupi. (viz. graf č. 15 Otázka č. 8.)



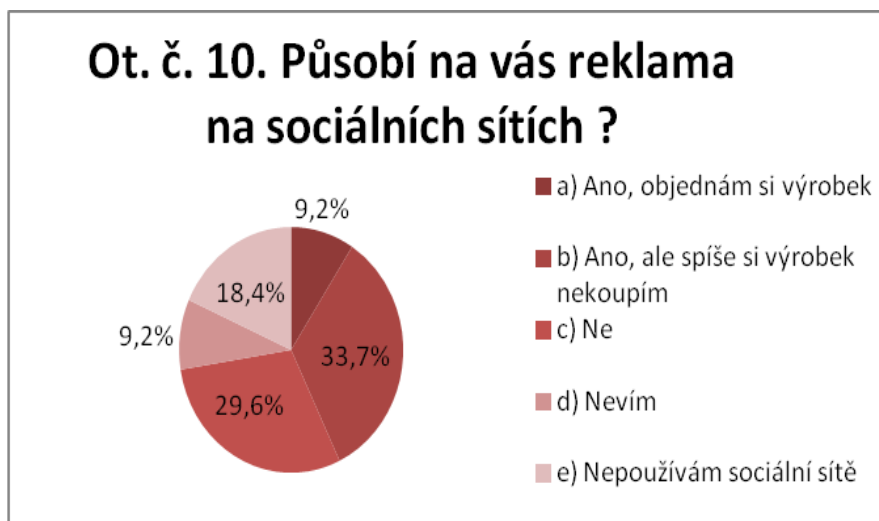
Graf č. 15 Otázka č. 8. Jak reagujete na reklamu zaslanou e- mailem?

V další otázce byla řešena tzv. Sklik (bannerová) reklama, kterou firma používá. Jedná se o reklamní systém umožňující zobrazování cílených inzerátů na stránkách výsledků vyhledávání serveru Seznam.cz. Cílem této otázky bylo zjistit, zdali respondenti využívají tuto reklamu. Bylo zjištěno, že pouze 8,2 % respondentů pravidelně vyhledávají internetový obchod pomocí této reklamy, dalších 26,5 % respondentů využívají tuto reklamu pouze v případě, že je zaujme propagovaná nabídka. Nejvíce respondentů (43,9 %) uvedlo, že tuto možnost vyhledávání nevyužívají.



Graf č. 16 Otázka č. 9. Využíváte tzv. Sklik reklamu?

Otázka č. 10., která zněla „Působí na Vás reklama na sociálních sítích (např. Facebook, Twitter)?“, byla zvolena proto, aby se zjistilo, je-li vhodné vložit reklamu firmy Petrykstyl s. r. o. na tento typ serverů. Odpověď ano, objednám si výrobek, zvolilo 9,2 % respondentů, dalších 33,7 % respondentů uvedlo, že reklama na ně působí, ale spíše si propagovaný výrobek nekoupí. Na 29,6 % respondentů tato reklama nepůsobí, 9,2 % respondentů si nejsou jistí odpovědí (označili možnost nevím) a 18,4 % respondentů uvedlo, že nepoužívají sociální sítě.

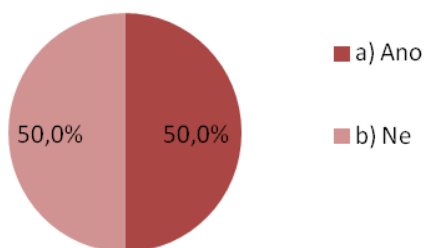


Graf č. 17 Otázka č. 10. Působí na Vás reklama na sociálních sítích?

Na otázku č. 11., Nakupujete ložní prádlo v internetovém obchodě?, odpověděla přesně polovina respondentů kladně. Respondenti uvedli tyto důvody, proč nenakupují ložní prádlo přes internetové obchody:

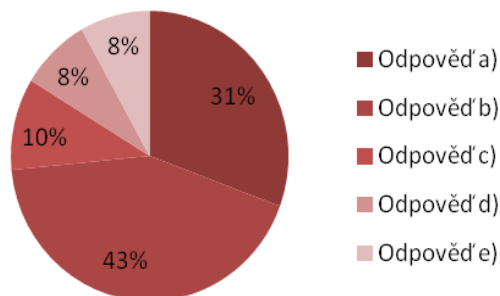
- a) Nenakupuji ložní prádlo (například respondent uvedl, že bydlí u rodičů a ložní prádlo kupují rodiče nebo muži často uváděli, že ložní prádlo kupuje manželka). (42,9 %)
- b) Není možnost zkusit omakem kvalitu a komfort použité textilie. (30,6 %)
- c) Vyšší cena ložního prádla než v kamenných obchodech. (10,2 %)
- d) Není možnost rady prodavače. (8,2 %)
- e) Nenabízejí potřebné rozměry ložního prádla. (8,2 %).

Ot. č. 11. Nakupujete povlečení v i-obchodě?



Graf č. 18 Otázka č. 11.

Otevřené odpovědi otázky č. 11.

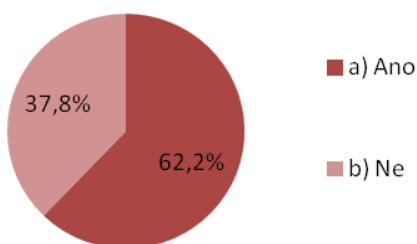


Graf č. 19 Otevřené odpovědi otázky č. 11.

Většina respondentů (62,2 %) uvedla, že by byli ochotni koupit ložní prádlo přes některé slevové servery, pokud by na takovou nabídku narazili. Některé důvody, proč by tak zbytek respondentů neučinili, jsou stejné či podobné jako v předešlé otázce. Otevřené odpovědi byly následující:

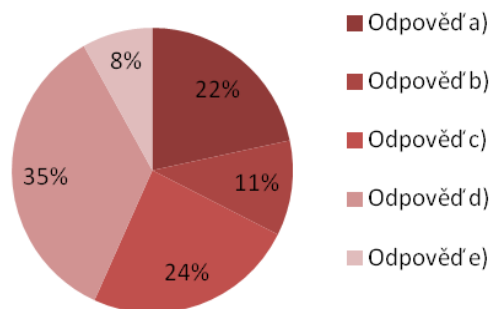
- a) Nenakupuji ložní prádlo. (35,1 %)
- b) Nevěřím slevovým serverům (respondenti jsou přesvědčeni, že každá sleva není „zadarmo“). (24,3 %)
- c) Není možnost zkusit omakem kvalitu a komfort použité textilie. (21,6 %)
- d) Zatím jsem nenarazil/a na takovou nabídku. (10,8 %).
- e) Ložní prádlo může být špatné kvality. (8,1 %)

Ot. č. 12. Koupil/a byste si povlečení přes slevový server?



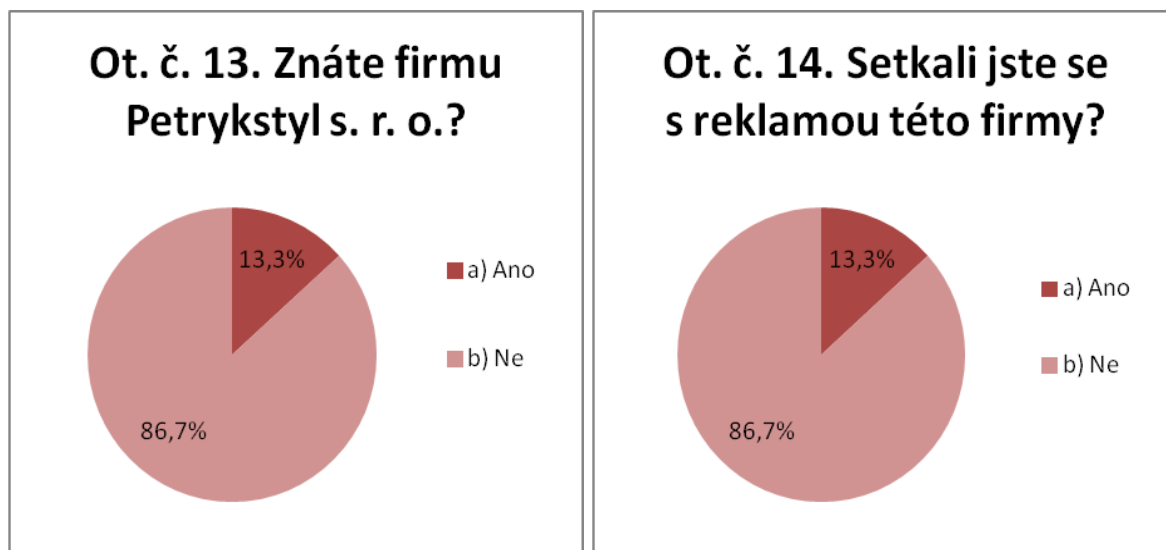
Graf č. 20 Otázka č. 12.

Otevřené odpovědi otázky č. 12.



Graf č. 21 Otevřené odpovědi otázky č. 12.

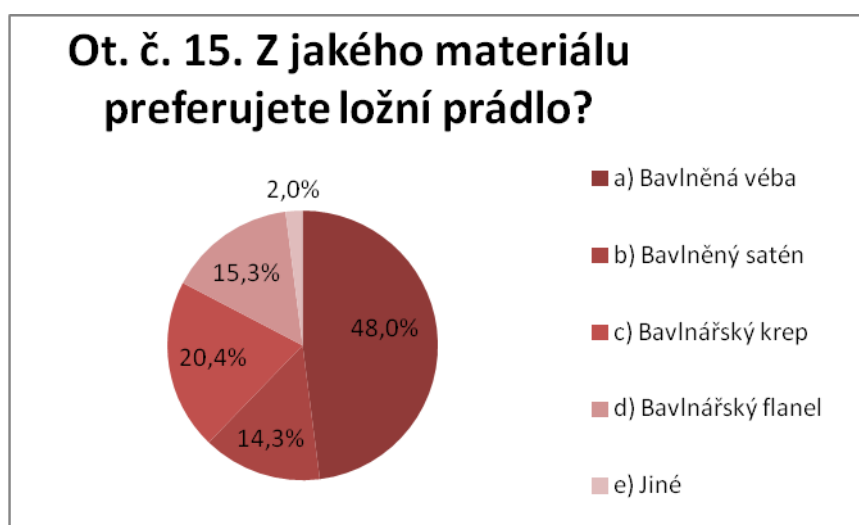
Na dotaz, zdali respondenti znají firmu Petrykstyl s. r. o., odpovědělo pouhých 13,3 % respondentů kladně. Tento samý počet respondentů (13,3 %) odpovědělo, že se setkali s reklamou této firmy. Z toho 53,8 % respondentů prohlásilo, že je reklama zaujala a objednali si zboží od firmy Petrykstyl s. r. o., zbylých 46,2 % respondentů příliš nezaujala reklama této firmy.



Graf č. 22 Otázka č. 13.

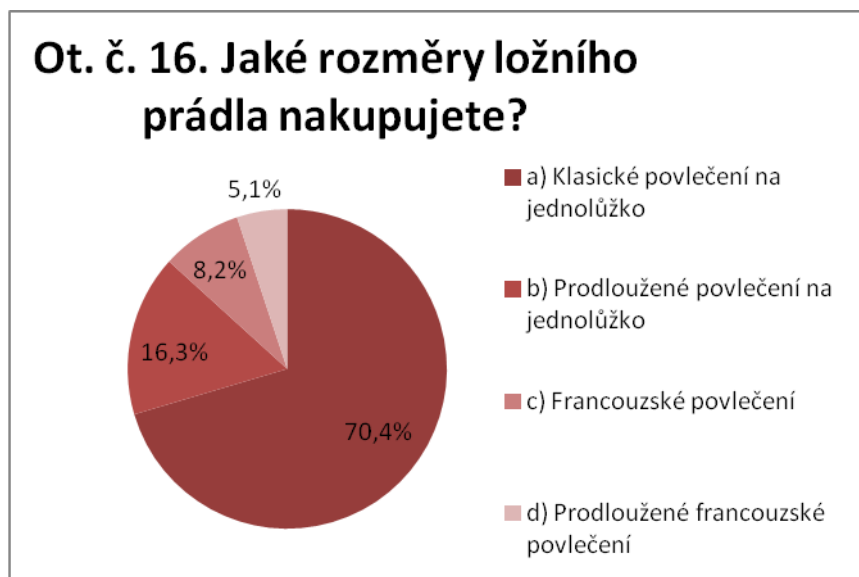
Graf č. 23 Otázka č. 14.

Z další otázky vyplývá, že většina respondentů (48,0 %) používá ložní prádlo vyrobené ze 100 % bavlněné véby. Druhým oblíbeným materiálem používaným k výrobě ložního prádla je bavlnářský krep, tento materiál označilo 20,4 % respondentů. Bavlnářský flanel preferuje 15,3 % respondentů a bavlněný satén používá 14,3 % respondentů.



Graf č. 24 Otázka č. 15. Z jakého materiálu preferujete ložní prádlo?

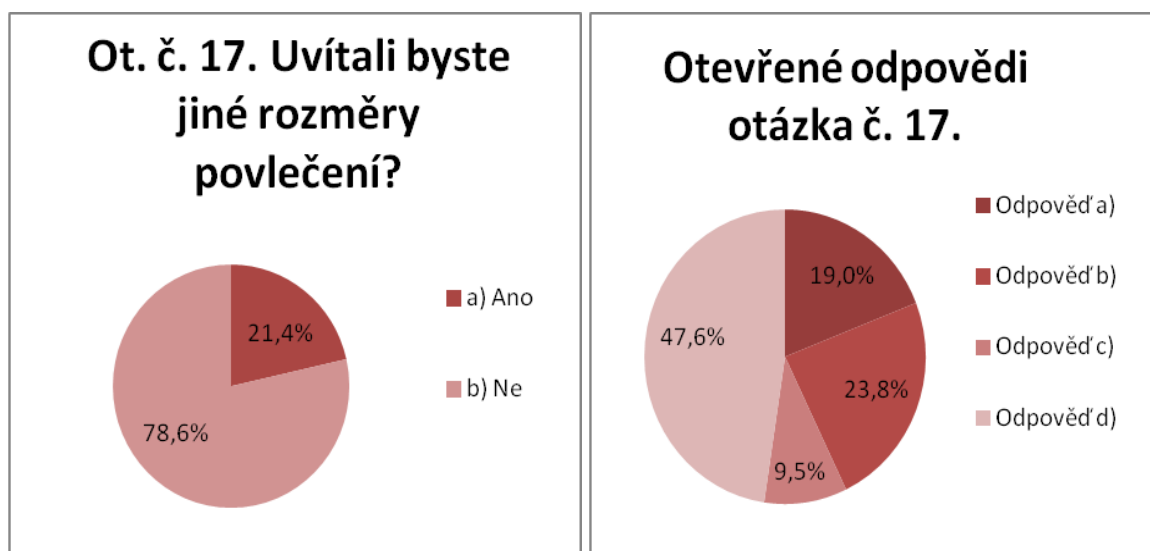
Z otázky č. 16., Jaké rozměry ložního prádla preferujete?, vyplývá, že nejpoužívanějším rozměrem v českých domácnostech je tzv. klasické ložní prádlo na jednolůžko (90 cm x 70 cm, 200 cm x 140 cm). Tuto možnost volilo 70,4 % respondentů. Druhým preferovaným rozměrem je tzv. prodloužené ložní prádlo (90 cm x 70 cm, 220 cm x 140 cm). Tzv. francouzské ložní prádlo zvolilo 8,2 % respondentů a prodloužené francouzské ložní prádlo používá pouze 5,2 % respondentů. (viz. graf č. 25 Otázka č. 16. Jaké rozměry ložního prádla preferujete?)



Graf č. 25 Otázka č. 16. Jaké rozměry ložního prádla preferujete?

Poslední otázka dotazníku byla polootevřená a ptala se respondentů, zdali by uvítali jiné rozměry povlečení, než se obvykle prodávají v českých obchodech? Na tuto otázku odpovědělo 78,6 % respondentů záporně. Respondenti, kteří by uvítali prodej atypických rozměrů ložního prádla, volili tyto rozměry:

- a) Rozměr přikrývky: klasický, rozměr polštáře: 70 cm x 50 cm. (19,0 %)
- b) Rozměr skrývky: 135 cm x 200 cm, rozměr polštáře: 80 cm x 80 cm. (23,8 %)
- c) Rozměr přikrývky: 155 cm x 200 cm, rozměr polštáře: 80 cm x 80 cm. (9,5 %)
- d) Rozměr přikrývky: 150 cm x 200 cm, rozměr polštáře: 50 cm x 60 cm. (47,6 %)



Graf č. 26 Otázka č. 17.

Graf č. 27 Otevřené odpovědi otázky č. 17.

3.7.1 Shrnutí marketingového výzkumu

Po zpracování dotazníku bylo zjištěno, že firma Petrykstyl s. r. o. není příliš známá mezi respondenty. Dále bylo zjištěno, že ložní prádlo nakupují spíše ženy než muži, a to ve věku 20- 50 let. Muži většinou přenechávají nákup ložního prádla maminkám či manželkám. Také mladší respondenti nenakupují povlečení hlavně z důvodu toho, že většinou stále bydlí u rodičů a nemají tedy potřebu kupovat ložní prádlo, naopak starší generace mají (více než 51 let) ještě zásoby ložního prádla z „výbavy od maminky“ a nemají potřebu si pořizovat nové ložní prádlo. Z tohoto důvodu je třeba reklamu zaměřit především na ženy ve věku 20- 40 let.

Nejvíce respondentů si podle výsledků dotazníku vyhledává internetový obchod pomocí vyhledávače, a to především pomocí serveru Seznam.cz a Google.com. Z tohoto důvodu by bylo vhodné vložit reklamu firmy Petrykstyl s. r. o. i na servery Google.cz. Toto potvrzuje i fakt, že pouze 8,2 % respondentů vyhledává podle bannerové reklamy na serveru Seznam.cz. Cena bannerové reklamy na serveru Seznam.cz je 0,20 Kč za jeden proklik, na serveru Google.com jsou to již 2 Kč za proklik. Na obou sevezech lze nastavit limit těchto prokliků. [30] 31]

Respondenti spíše nakupují přes internet jen jednou za měsíc či méně, proto by bylo dobré zvýšit počet připomínající reklamy, aby se firma Petrykstyl s. r. o. dostala do podvědomí zákazníků. Tato reklama může být i zasílaná e- mailem, ale není dobré jí zasílat více než jednou či dvakrát za měsíc. Větším počtem e- mailů za měsíc by už firma mohla

zákazníka obtěžovat a zákazník by mohl získat negativní dojem o této firmě. Cena za jeden poslaný e-mail se přibližně pohybuje kolem 33 až 4 haléřů podle počtu zaslaných e-mailů (zvyšujícím se počtem zaslaných e-mailů se cena jeden e-mail snižuje). [32]

Na základě výzkumu vyšlo najevo, že firma Petrykstyl s. r. o. by měla především propagovat svůj sortiment, který se vyznačuje dobrou kvalitou za přiměřenou cenu. Bylo by dobré, kdyby kromě bavlnářské véby a saténu využíval také jiné typy materiálů. Například bavlnářského krepu či flanelu, které byly respondenty označeny jako oblíbené. Firma by také měla uvažovat o výrobě méně typických rozměrech ložního prádla, které by mohly být o rozměru přikrývky 150 cm x 200 cm a 50 cm x 60 cm u polštáře, což jsou rozměry ložního prádla, která jsou využívána v jiných státech, příkladem je švédská společnost Ikea.

Dalším podnětem, podle kterého si respondenti vybírají internetový obchod, je cena nabízeného zboží a různé slevové akce. Firma by mohla pro stálé zákazníky vytvořit věrnostní program, v rámci kterého by mohla nabízet při dalším nákupu slevu, nebo různé akce na zboží (například jako dárek povlak na polštářek zdarma k sadě ložního prádla). Je také vhodné upozornit zákazníky na vynikající kvalitu nabízeného zboží, například uveřejněním kladných reakcí zákazníků.

Další možností by bylo zveřejnit reklamu na sociálních sítích (Facebook, Twitter) nebo slevových serverech. Na druhou stranu by to pro firmu Petrykstyl s. r. o. bylo cenově nevýhodné. Mnoho respondentů si také myslí, že takto propagované výrobky jsou méně kvalitní.

4 ZÁVĚR

Tato bakalářská práce si stanovila několik cílů, a sice popsat sortiment výrobků firmy Petrykstyl s. r. o., postavení firmy na trhu, zhodnotit českou konkurenci firmy a popsat stávající reklamu. Dalším cílem bylo pomocí experimentu kvalitativně srovnat výrobky firmy s konkurencí. Tento experiment má potvrdit postavení firmy Petrykstyl s. r. o. na českém trhu.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části, první část popisuje skutečný stav firmy Petrykstyl s. r. o., jsou zde popsány jeho distribuční cesty, které vedou přes tzv. e-bussiness (internetový obchod) a přes maloobchodní či velkoobchodní odběratele, největším odběratelem firmy Petrykstyl s. r. o. je firma Koh-i-noor Waldes a. s., která se zabývá velkoobchodním i maloobchodním prodejem textilní galanterie a bytového textilu. Dále zde byl charakterizován sortiment výrobků této firmy a reklama je propagující.

Jaké je postavení firmy na trhu, zjišťovala SWOT- analýza, z té vyplývá, že firma Petrykstyl s. r. o. je prosperující firma s dobrou image. Nejvíce je ohrožena velkou konkurencí a případnou ztrátou ziskovosti. Firma by se měla snažit získat nové zákazníky, především větší účinností reklamy, případně rozšířením svého sortimentu (například výroba záclon, závěsů).

Jedním z největších konkurentů firmy Petrykstyl s. r. o. jsou zejména vietnamské prodejny, které této firmě konkurují nízkou cenou ložního prádla. Kvalitou zboží konkurují firmy Matějovský®- ložní povlečení a Scan quilt, které patří mezi nejznámější na českém trhu.

Mezi méně známé firmy, které se zabývají výrobou a prodejem ložního prádla jsou Darré Náchod, Petr Smolka, Dadka Vracov s. r. o., B. E. S. Petrovice s. r. o., ty konkurují cenou, která je srovnatelná s cenou firmy Petrykstyl s. r. o..

V druhé části bakalářské práce byl proveden experiment. Ten se skládal ze čtyř jednotlivých měření (pevnost v tahu, odolnost proti oděru, odolnost proti tvorbě žmolků, odolnost proti sráživosti), která byla provedena na šesti zkušebních vzorcích saténového ložního prádla, které zakoupeno v internetových obchodech.

Nejlepších výsledků v experimentu dosáhl vzorek od firmy Jan Peří. Vzorky prokázaly dobrou odolnost vůči oděru, sráživosti a tvorbě žmolků. Navíc cena této soupravy byla druhá nejnižší.

Vzorky firmy Petrykstyl s. r. o. dosáhly druhého místa. Tyto vzorky dosahovaly velmi dobrých výsledků v odolnosti proti žmolkování, což je výhodné pro spotřebitele, ložní prádlo si uchová svůj pěkný vzhled. Vzorky ovšem vykazovaly velmi nízké pevnosti v tahu. Ačkoli cena tohoto ložního prádla nejnížší, dosahuje toto ložní prádlo velmi dobrých hodnot

Firma Petrykstyl s. r. o. je sice malá, ale je také konkurenceschopná. Ceny ložního prádla odpovídají jeho kvalitě.

Marketingového průzkumu se zúčastnilo 103 respondentů. Firma Petrykstyl s. r. o. není mezi respondenty příliš známá. Vzhledem k tomu, že ložní prádlo nakupují převážně ženy ve věku 20 – 50 let, je vhodné, aby reklama byla zaměřena především na tuto věkovou skupinu. Nejčastěji využívané servery jsou Seznam.cz a Google. Firma využívá bannerovou reklamu na serveru Seznam.cz. Další možností by tedy bylo zveřejnit stejný typ reklamy na server Google, i když cena této reklamy je zde vyšší. Tento postup byl navržen řediteli firmy, který s tímto návrhem souhlasil.

Dále bylo doporučeno nadále zasílat reklamu pomocí e-mailu, aby se firma u zákazníků stále připomínala a dostala se do jejich povědomí. Firma by zde měla kromě sortimentu a ceny uvést výsledky provedeného experimentu. Vhodné by také bylo pořádat různé slevové akce, které je třeba uvést v e-mailové reklamě.

Firma by mohla uvažovat o výrobě méně běžných rozměrů ložního prádla, které by se mohly řídit atypickými rozměry příkrývek a polštářů jiných firem (například podle společnosti Ikea či Bon Prix). Jedním z návrhů také bylo rozšířit sortiment ložního prádla ze hlediska materiálu. Ing. Demčuk většinu návrhů přijal a rozhodl se je uskutečnit. Nicméně podle jeho slov na trhu není k dostání dostatečně kvalitní bavlnářský krep či flanel, tento návrh z tohoto důvodu zamítl.

5 CITACE

- [1] Product details. *Macart* [online]. [cit. 2012-02-17]. Dostupné z: http://www.macart.com/prod_details.php?category_id=341&machine_id=380
- [2] PAŘILOVÁ, Hana a Hana ŠTOČKOVÁ. *Textilní zbožížnalství: Bytové textilie*. 2. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005. ISBN 80-7083-921-X.
- [3] DEMČUK, Oleksandr. www.bytovytextil-shop.cz. [online]. [cit. 2012-02-02].
- [4] PAŘILOVÁ, Hana. *Typologie tkanin: textilní zbožížnalství*. 1. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. ISBN 978-80-7372-674-4.
- [5] PAŘILOVÁ, Hana. *TZ3 Ložní prádlo, přikrývky* [online]. Liberec [cit. 2012-02-02]. Dostupné z: www.kht.tul.cz. Přednáška. Technická univerzita v Liberci.
- [6] DĚDKOVÁ, Jaroslava a Iveta HONZÁKOVÁ. *Základy marketingu*. 3.vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2006. ISBN 80-7372-130-9.
- [7] RYDVALOVÁ, Petra. *Malý a střední podnikatel*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2004. ISBN 80-7083-809-4.
- [8] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing: Cesta k trhu*. 1. vydání. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005. ISBN 80-86898-48-2.
- [9] HLAVENKA, Jiří. *Internetový marketing*. 1. vydání. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-498-2.
- [10] STRNAD, Pavel a Jaroslava DĚDKOVÁ. *Strategický marketing*. 4. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2009. ISBN 978-80-7372-450-4.
- [11] Úvodní stránka. *Povlečení Matějovský* [online]. [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.matejovsky-povlezeni.cz/>
- [12] *Scan quilt* [online]. [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.scanquilt.cz/>
- [13] *Darré Náchod* [online]. [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.darre-nachod.cz/>
- [14] *Petr Smolka: textilní výroba* [online]. [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.petrsmolka.cz/>
- [15] O nás. *Dadka Vracov s. r. o.* [online]. [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: http://www.dadka.cz/o_nas.htm
- [16] B. E. S. Petrovice, s. r. o. *B. E. S. Petrovice, s. r. o.* [online]. [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: <http://www.bes-petrovice.cz/4720/b-e-s-petrovice-s-r-o/>
- [17] *Polimex* [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://polimex.cz/>
- [18] *ETKA s. r. o.* [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://www.etka.cz/hlavni.htm>

- [19] nás. *KOH-I-NOOR WALDES, a. s.* [online]. [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://www.waldes.cz/stranky/napoveda/o-nas.htm>
- [20] KOVAČIČ, Vladimír. *Kapitoly z textilního zkušebnictví*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2004. ISBN 80-7083-823-X.
- [21] Povlečení: Orientální vzor. *Jitule-ložní povlečení* [online]. [cit. 2012-01-20]. Dostupné z: <http://www.jitule-lozni-povlezeni.cz/povlezeni/bavlna-saten/140-x-200-cm/2332-povlezeni-orientalni-vzor-bila>
- [22] Ložní povlečení bavlněný satén 700/60021. *Firma Jan Peří* [online]. [cit.2012-01-22]. Dostupné z: <http://www.janperi.cz/eshop/povlezeni/bavlneny-saten/povlezeni-bavlneny-saten-makosaten-700-60021.htm>
- [23] Povlečení Armani. *Matějovský: Ložní povlečení* [online]. [cit. 2012-01-22]. Dostupné z: <http://www.matejovsky-povlezeni.cz/armani.html>
- [24] Povlečení zahrada fialová. *Tanatex* [online]. [cit. 2012-01-21]. Dostupné z: <http://www.tanatex.cz/povlezeni-zahrada-fialova-6363/>
- [25] Chocolate povlečení. *Svoboda linen* [online]. [cit. 2012-01-21]. Dostupné z: <http://www.svobodalinen.cz/lozni-povlezeni/mako-saten/A3729c,chocolate.html>
- [26] KOVAČIČ, Vladimír. *Textilní zkušebnictví: díl 1*. 1. vydání. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2004. ISBN 80-7083-824-8.
- [27] VOBOŘILOVÁ, Jana. *Žmolkovitost úpletů* [online]. Liberec, 2009 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: www.kht.tul.cz. Bakalářská práce. Technická univerzita v Liberci. Vedoucí práce Jindra Porkertová.
- [28] Oděry oděvních a bytových textilií, oděry pro OOP. *Textilní zkušebnický ústav* [online]. [cit.2012-02-15]. Dostupné z: http://www.tzu.cz/get_dokument.php?ID=1047&MW=oděr
- [29] ČSN EN ISO 13934-1. Tahové vlastnosti plošných textilií. Část 1: Zjišťování maximální síly a tažnosti při maximální síle pomocí metody Strip. Plzeň.
- [11] MELOUN, Milan a Jiří MILITKÝ. *Statistická analýza experimentálních dat*. 2. vydání. Praha: Academia Praha, 2004. ISBN 80-200-1254-0.
- [30] Náklady a platba. *Google AdWords* [online]. [cit. 2012-04-22]. Dostupné z: <https://accounts.google.com/ServiceLogin?service=adwords&hl=cs<mpl=regionalc&passive=true&iffr=false&alwf=true&continue=https://adwords.google.com/um/gaiaauth?apt%3DNone%26ltmpl%3Dregionalc%26ltmpl%3Dregionalc&sacu=1&sarp=1&sourceid=awo&subid=cz-cs-ha-sk&medium=ha>

- [31] Sklik promo. *SKlik: Seznam.cz* [online]. [cit. 2012-04-22]. Dostupné z: https://www.sklik.cz/inzerentky.program?utm_medium=cpc&utm_source=sklik&utm_campaign=inzerent-brand&utm_content=seznam-partneri
- [32] Ceník a Objednávka. *Benelist* [online]. [cit. 2012-04-29]. Dostupné z: <http://benelist.cz/cz/obsah/cenik-objednavka/c43>

Seznam tabulek

Tab. č. 1. SWOT analýza.....	22
Tab. č. 2 Vyhodnocení zkušebních vzorků.....	37

Seznam grafů

Graf č. 1 Průměrná pevnost v tahu (osnova).....	32
Graf č. 2 Průměrná pevnost v tahu (útek)	32
Graf č. 3 Odolnost vzorků proti oděru	33
Graf č. 4 Průměrný stupeň žmolovitosti	35
Graf č. 5 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru osnovy	36
Graf č. 6 Průměrná sráživost po praní měřena ve směru útku	36
Graf č. 7 Srovnání zkušebních vzorků	37
Graf č. 8 Pohlaví respondentů	38
Graf č. 9 Věk respondentů	38
Graf č. 10 Ot. č. 3. Jak často nakupujete přes internetové obchody?	39
Graf č. 11 Otázka č. 4.	39
Graf č. 12 Otázka č. 5.	39
Graf č. 13 Otázka č. 6. Podle čeho si vybíráte internet. Obchod?	40
Graf č. 14 Otázka č. 7. Jak reagujete na reklamu?	40
Graf č. 15 Otázka č. 8. Jak reagujete na reklamu zaslanou e- mailem?	41
Graf č. 16 Otázka č. 9. Využíváte tzv. Sklik reklamu?	41
Graf č. 17 Otázka č. 10. Působí na Vás reklama na sociálních sítích?	42
Graf č. 18 Otázka č. 11.	43
Graf č. 19 Otevřené odpovědi otázky č. 11.	43
Graf č. 20 Otázka č. 12.	43
Graf č. 21 Otevřené odpovědi otázky č. 12.	43
Graf č. 22 Otázka č. 13.	44
Graf č. 23 Otázka č. 14.	44
Graf č. 24 Otázka č. 15. Z jakého materiálu preferujete ložní prádlo?	44
Graf č. 25 Otázka č. 16. Jaké reozměry ložního prádla preferujete?	45
Graf č. 26 Otázka č. 17.	46
Graf č. 27 Otevřené odpovědi otázky č. 12.	46

Seznam obrázků

Obr. č. 1 Ložní prádlo Jitule-ložní povlečení.....	28
Obr. č. 2 Ložní prádlo Firma Jan Peří.....	29
Obr. č. 3 Ložní prádlo Matějovský®.....	29
Obr. č. 4 Ložní prádlo Tanatex.....	30
Obr. č. 5 Ložní povlečení Svoboda linen.....	30
Obr. č. 6 Ložní prádlo Petrykstyl s. r. o.	31

Seznam příloh

Příloha č. 1.....	54
Příloha č. 2.....	55
Příloha č. 3.....	56
Příloha č. 4.....	57
Příloha č. 5.....	58

6 PŘÍLOHY

Příloha č. 1

Zk. vzorek	Pivotová polosuma [N]	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti	Napětí [MPa]
Zk. vzorek č. 1	590,80	29,60	5,01	$528,82 \leq \mu \leq 652,78$	49,23
Zk. vzorek č. 2	418,16	96,28	23,02	$216,55 \leq \mu \leq 619,77$	32,29
Zk. vzorek č. 3	632,55	24,50	3,87	$581,25 \leq \mu \leq 683,86$	58,03
Zk. vzorek č. 4	590,90	44,20	7,48	$498,35 \leq \mu \leq 683,45$	52,06
Zk. vzorek č. 5	354,73	8,59	2,42	$336,74 \leq \mu \leq 372,71$	29,44
Zk. vzorek č. 6	475,06	38,19	8,04	$385,09 \leq \mu \leq 555,02$	44,82

Tab. č. 3 Naměřené hodnoty pevnosti v tahu a napětí ve směru osnovy

Zk. vzorek	Pivotová polosuma [N]	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti	Napětí [MPa]
Zk. vzorek č. 1	278,96	2,80	1,00	$273,11 \leq \mu \leq 284,81$	23,25
Zk. vzorek č. 2	318,11	7,00	2,20	$303,45 \leq \mu \leq 332,77$	24,56
Zk. vzorek č. 3	298,32	36,71	12,31	$221,14 \leq \mu \leq 375,19$	27,27
Zk. vzorek č. 4	279,48	16,14	5,78	$245,68 \leq \mu \leq 313,28$	24,62
Zk. vzorek č. 5	327,30	5,84	1,78	$225,07 \leq \mu \leq 338,36$	27,16
Zk. vzorek č. 6	195,47	32,56	16,66	$127,29 \leq \mu \leq 263,65$	18,44

Tab. č. 4 Naměřené hodnoty pevnosti v tahu a napětí ve směru útku

Příloha č. 2

Zk. vzorek	Pivotová polosuma úbytku hmot. [g]	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti	Pivotová polosuma [%]
Zk. vzorek č. 1	0,0220	0,008	36,36	$0,0162 \leq \mu \leq 0,0278$	11,83
Zk. vzorek č. 2	0,0130	0,004	30,77	$0,0101 \leq \mu \leq 0,0042$	7,03
Zk. vzorek č. 3	0,0270	0,003	11,11	$0,0248 \leq \mu \leq 0,0292$	18,69
Zk. vzorek č. 4	0,0140	0,002	14,29	$0,0126 \leq \mu \leq 0,0154$	7,55
Zk. vzorek č. 5	0,0175	0,001	5,71	$0,0168 \leq \mu \leq 0,0182$	11,29
Zk. vzorek č. 6	0,0145	0,003	20,69	$0,0123 \leq \mu \leq 0,0167$	9,29

Tab. č. 5 Odolnost vzorků proti oděru

Příloha č. 3

Zk. vzorek	Pivotová polosuma stupně žmolk.	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti
Zk. vzorek č. 1	3,5	1,0	28,6	$3,03 \leq \mu \leq 3,97$
Zk. vzorek č. 2	4,5	1,0	22,2	$4,03 \leq \mu \leq 4,97$
Zk. vzorek č. 3	4,5	1,0	22,2	$4,03 \leq \mu \leq 4,97$
Zk. vzorek č. 4	3,5	1,0	28,6	$3,03 \leq \mu \leq 3,97$
Zk. vzorek č. 5	4,5	1,0	22,2	$4,03 \leq \mu \leq 4,97$
Zk. vzorek č. 6	4,5	1,0	22,2	$4,03 \leq \mu \leq 4,97$

Tab. č. 6 Odolnost vzorků proti tvorbě žmolků

Příloha č. 4

Zk. vzorek	Pivotová polosuma [mm]	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti	Pivotová polosuma [%]
Zk. vzorek č. 1	2,5	1,0	40,0	$0,41 \leq \mu \leq 4,59$	2,5
Zk. vzorek č. 2	1,5	1,0	66,7	$0 \leq \mu \leq 3,594$	1,5
Zk. vzorek č. 3	0,5	1,0	200,0	$0 \leq \mu \leq 2,594$	0,5
Zk. vzorek č. 4	2,5	1,0	40,0	$0,41 \leq \mu \leq 4,59$	2,5
Zk. vzorek č. 5	0,5	1,0	200,0	$0 \leq \mu \leq 2,594$	0,5
Zk. vzorek č. 6	1,5	1,0	66,7	$0 \leq \mu \leq 3,594$	1,5

Tab. č. 7 Sráživost vzorků ve směru osnovy

Zk. vzorek	Pivotová polosuma [mm]	Pivotové rozpětí	V. k. [%]	95% interval spolehlivosti	Pivotová polosuma [%]
Zk. vzorek č. 1	2,5	1,0	40,0	$0,41 \leq \mu \leq 4,59$	2,5
Zk. vzorek č. 2	1,0	2,0	200,0	$0 \leq \mu \leq 5,19$	1,0
Zk. vzorek č. 3	2,5	1,0	40,0	$0,41 \leq \mu \leq 4,59$	2,5
Zk. vzorek č. 4	4,0	2,0	50,0	$0 \leq \mu \leq 8,19$	4,0
Zk. vzorek č. 5	1,5	1,0	66,7	$0 \leq \mu \leq 3,59$	1,5
Zk. vzorek č. 6	2,5	1,0	40,0	$0,41 \leq \mu \leq 4,59$	2,5

Tab. č. 8 Sráživost vzorků ve směru útku

Příloha č. 5

Dotazník- Zlepšení internetové reklamy firmy Petrykstyl s. r. o.

Vážení respondenti,

jsem studentkou Technické univerzity v Liberci a žádám Vás o vyplnění tohoto dotazníku.

Výsledky průzkumu použiji jako podklad pro svoji bakalářskou práci, která se zabývá marketingovým výzkumem firmy Petrykstyl s. r. o.. Firma Petrykstyl s. r. o. je především zaměřena na výrobu ložního prádla (přikrývky, polštáře, povlečení a podobně).

Tímto dotazníkem bych ráda zjistila, na jaké servery umístit reklamu, a co by v ní mělo být uvedeno, aby zvýšila prodej této firmy.

Vyplnění dotazníku by nemělo trvat déle než 5 minut.

Děkuji za Váš čas a navrácení dotazníku.

Kristýna Helešicová

Věk:

Pohlaví: a) žena

b) muž

Otázka č. 1.

Používáte internet?

a) Ano

b) Ne

Otázka č. 2.

Nakupujete z internetových obchodů? Pokud ne, proč?

a) Ano

b) Ne, protože

Otázka č. 3.

Jak často nakupujete přes internet?

a) Třikrát a více za měsíc

b) Dvakrát za měsíc

c) Jednou či méně za měsíc

Otázka č. 4.

Jak si vyhledáváte internetový obchod?

- a) Reklamy uvedené v médiích
- b) Doporučení známého
- c) Pomocí vyhledávače (např. www.seznam.cz, www.google.cz)
- d) Pomocí slevových serverů (např. www.slevomat.cz)

Otázka č. 5

Na kterých serverech vyhledáváte internetový obchod? Případně uveďte jaký.

- a) Seznam.cz
- b) Google.com
- c) Centrum.cz
- d) Icq. Com
- e) Jiný,

Otázka č. 6.

Podle čeho si vybíráte internetový obchod?

- a) Reklamy
- b) Ceny nabízeného zboží
- c) Sortimentu
- d) Kvality nabízeného zboží
- e) Dodacích podmínek (dodací lhůta, cena balného a poštovného)
- f) Slevových akcí
- g) Doporučení známého

Otázka č. 7.

Jak reagujete na reklamu?

- a) Podnítí mě ke koupi výrobku.
- b) Zaregistruji výrobek a časem ho vyzkouším.
- c) Zaregistruji výrobek, ale nechci ho vyzkoušet.
- d) Ignoruji reklamu.

Otázka č. 8.

Jak reagujete na reklamu zaslanou poštou či e-mailem?

- a) Obtěžuje mě, neotvírám jí (vnímám jí jako tzv. spam)
- b) Nevadí mi, ale většinou si nic neobjednám
- c) Nevadí mi, působí na mě kladně
- d) Podnítl mě ke koupi výrobku
- e) Jiná možnost:

Otázka č. 9.

Využíváte tzv. Sklik reklamu či její alternativu na jiných serverech? (Sklik je reklamní systém umožňující zobrazování cílených inzerátů na stránkách výsledků vyhledávání Seznam.cz)

- a) Ano, vyhledávám výrobky podle této reklamy
- b) Ano, ale jen když mě něco zaujme
- c) Ne, nepoužívám ji
- d) Nevím, možná občas

Otázka č. 10.

Působí na vás reklama na sociálních sítích (Facebook, Twitter a podobně)?

- a) Ano, objednám si výrobek
- b) Ano, ale spíše si výrobek nekoupím
- c) Ne
- d) Nevím
- e) Nepoužívám sociální sítě

Otázka č. 11.

Nakupujete povlečení v internetovém obchodě? Pokud ne, proč?

- a) Ano
- b) Ne, protože

Otázka č. 12.

Koupil/a byste si povlečení přes některý slevový server? Pokud ne, proč?

- a) Ano
- b) Ne, protože

Otázka č. 13.

Znáte firmu Petrykstyl s. r. o. (Postoloprty)?

- a) Ano
- b) Ne

Otázka č. 14.

Setkali jste se s reklamou této firmy? Pokud ano, jak na Vás působila?

- a) Ano,
- b) Ne

Otázka č. 15.

Z jakého materiálu preferujete ložní prádlo?

- a) Bavlněná véba (tkanina v plátňové vazbě v různých barvách či potištěná, toto ložní prádlo je obecně nazýváno jako 100% bavlněné povlečení)
- b) Bavlněný satén (převážně potištěná, hladká, lesklá tkanina tkaná v atlasové vazbě)
- c) Bavlnářský krep (potištěná tkanina s podélným zvrásněním s nežehlivou úpravou)
- d) Bavlnářský flanel (potištěná, počesaná tkanina s příjemným a teplým omakem)
- e) Jiné

Otázka č. 16.

Jaké rozměry ložního prádla nakupujete?

- a) Klasické povlečení na jednolůžko (90 cm x 70 cm, 200 cm x 140 cm)
- b) Prodloužené povlečení na jednolůžko (90 cm x 70 cm, 220 cm x 140 cm)
- c) Francouzské povlečení (2 povlaky na polštář 70 cm x 70 cm, přikrývka 220 cm x 200 cm)
- d) Francouzské povlečení (2 povlaky na polštář 70 cm x 70 cm, přikrývka 220 cm x 240 cm)

Otázka č. 17.

Uvítali byste jiné rozměry povlečení, než se obvykle prodávají v českých obchodech? Pokud ano, jaké?

- a) Ano, rozměr přikrývky:
rozměr polštáře:
- b) Ne